ERHAN BOSTAN / A101 CEO'SU

"BEŞ YILDA 2'YE KATLARIZ"

capital.com.tr

Aralık 2018

Yıl 26
Sayı 2018/12

15.00 TL

ISSN 1300-5960

KKTC FİYATI: 20.50 TL

Google play

Available on the App Store

AYLIK İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ

Capital

BEĞENİ ŞAMPİYONLARI

- 22 KRİTERİN LİDERLERİ
- 38 SEKTÖRDE SIRALAMA NASIL DEĞİŞTİ?

THE ADECCO GROUP

ARAŞTIRMA

ZOR DÖNEM GERÇEKLERİ

ERDAL AKSOY

"BÖLGEMİZDE BÜYÜYECEĞİZ"

HOW IT WORKS | TÜRKİYE'DE

POPULAR SCIENCE TÜRKİYE EKİBİNDEN YENİ BİR DERGİ

BİLİM VE TEKNOLOJİNİN DÜNÜ, BUGÜNÜ VE GELECEĞİ

“İngiltere’nin en çok okunan bilim ve teknoloji dergisi”

İLK SAYI BAYİLERDE

TEKNOLOJİ

Modern mühendisliğin sunduğu en harika olanaklar ve icatlar

ÇEVRE

Gezegenimizin doğası mercek altında

BİLİM

Çağdaş dünyanın dikkat çeken bilimsel uygulamaları

ULAŞIM

Kara, hava ve deniz yolculuklarındaki en yeni gelişmeler

UZAY

Güneş sistemi içindeki keşiflerden derin uzaya...

TARİH

Geçmişte yaşanan pek çok gizeme dair cevaplar

DETAYLI BİLGİ İÇİN TIKLAYIN

DOĞAN BURDA DERGİ

TAKİP EDİN howitworks.com.tr howitworksturkiye @howitworksturkiye

İTÜ

Türkiye'nin dijital geleceği için el ele

Türkiye'nin dijital dönüşümüne destek için Vodafone ve İTÜ güçlerini birleştirerek **Future Lab**'ı kurdu.

Dijital
İş Ortağım
Gelecek heyecan verici.
Hazır mısın?
vodafone

BIRAK SODEXO YAPSIN

Siz sadece asıl işinize odaklanın,
diğer işleri Sodexo Entegre'nin uzman kadroları halletsin.

Sodexo Entegre,
verimliliği ve kârlılığı artıran çözümleriyle
iş hayatının her alanında
yanınızda.

#BırakSodexoYapsın

- Tesis Yönetimi
- Teknik Bakım
- Temizlik
- Yemek
- Destek Hizmetler
- Bahçe Bakımı & İlaçlama
- Enerji Yönetimi
- Ve İhtiyacınız Olan Diğer Her İş

sodexo
YAŞAM KALİTESİ HİZMETLERİ

/SodexoEntegre /sodexo

sodexo.com.tr

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü (Sorumlu) M. Rauf Ateş
Yayın Yönetmeni Sedef Seçkin Büyük
Yazı İşleri Müdürü Ebru Fırat
Haber Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı Nilüfer Gözütok Ünal
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Elçin Cirik, Yasemin Erdoğan, Aslı Sözbilir, Özlem Aydın Ayvacı
Haber Merkezi Hande Yavuz, Ayçe Aksakal, Nil Dumansızoğlu
Sayfa Yapımcısı Ozan Gürel
Grafik Yaman Tetik
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Marka Müdürü Gökçe Aykaç Mutlu
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen Tel: 0 312 207 00 71

capital@capital.com.tr www.doganburda.com

Yönetim
Tüzel Kişi Temsilcisi Mehmet Rauf Ateş
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim ve Planlama Direktörü Yakup Kurtulmuş

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Grup Başkan Yardımcısı Seda Erdoğan Dal
Satış Koordinatörü Neyran Çınar
Satış Müdürü Burcu Acavut, Beril Güroğlu, Maya Yılmaz
Bölgeler Satış Müdürü Dilek Ünlü **Tel:** 0 212 336 53 72 **Faks:** 0 212 336 53 91
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka **Tel:** 0 212 336 53 61 - 62

Rezervasyon
Tel: 0 212 336 53 00-57-59 **Faks:** 0 212 336 53 92-93
Ankara Reklam Satış Müdürü Beliz Balıbey **Tel:** 0 312 207 00 72 -73
Hedef Sayfalar **Tel:** 0 212 336 53 70 **Faks:** 0 212 336 53 91

Uluslararası Reklam Satış Temsilcilerimiz
ALMANYA: Michael Neuwirth
T +49 89 9250 3629 / michael.neuwirth@burda.com
AVUSTURYA/İSVİÇRE: Christina Bresler
T. +43 1 230 60 3050 / Christina.Bresler@burda.com
FRANSA/LUKSEMBURG/BELÇİKA /HOLLANDA: Marion Badolle-Feick
T. +33 1 72 71 2524 / marion.badolle-feick@burda.com
İNGİLTERE/İRLANDA: Jeannine Soeldner
T. +44 20 3440 5832 / jeannine.soeldner@burda.com
ABD/KANADA/MEKSİKA: Salvatore Zammuto
T. +1 212 884 4824 / salvatore.zammuto@burda.com
YUNANİSTAN/PORTEKİZ /İSPANYA/HİNDİSTAN /ASYA: Jessica Loose
T. +49 89 92 50 2468 / jessica.loose@burda.com
İSKANDİNAV ÜLKELERİ: Ulrik Brostrom
T. +45 23 28 9769 / ubr@jbmedia.dk

Yönetim Yeri
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 Trump Towers Kule 2
Kat:21-22-23 (34387) Şişli İsanbul
Tel: 0 212 410 32 00 **Faks:** 0 212 410 35 81

Baskı Uniprint Basım San. ve Tic. AŞ. Ömerli Mah. Hadımköy-İstanbul Cad. No: 159 (34555) / İstanbul Tel: 0212 798 28 40 pbx Faks: 0212 798 20 63 www.apa.com.tr
Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.
Yayın Türü Yerel, süreli, aylık FIPP üyesidir.

Copyright ©2008 by G+J International Magazines GmbH, Hamburg
This magazine is published under license from G+J International Magazines GmbH. All rights to the licensed title/trademark and concept are owned by G+J International Magazines GmbH. Reproduction whether in whole or in part without permission of G+J International Magazines GmbH is prohibited. The title CAPITAL and the logo thereof are registered trademarks of or in trust of G+J International Magazines GmbH.

Copyright ©2008 G+J International Magazines GmbH, Hamburg
Bu dergi G+J International Magazines GmbH tarafından yayımlanmaktadır. Her türlü isim, marka ve konsept hakları G+J International Magazines GmbH'ye aittir. Herhangi bir metin ya da bölüm G+J International Magazines GmbH'nın izni olmaksızın alınmaz. Capital Dergisi'nin isim ve logosuna ait tüm ticari marka hakları G+J International Magazines GmbH'a aittir.

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13 abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Google play Available on the App Store

Sedef Seçkin Büyük

Zoru aşma yılı

Yılın son sayısını hazırlarken zor görünen yeni yıla fener tutarak aydınlatmayı istedik. Bu nedenle 2019'a ilişkin senaryo ve beklentileri ortaya koyan araştırmalar hazırlamaya çalıştık. "Zor Dönemin Gerçekleri" başlıklı araştırmamız, şirketlerin değişen önceliklerini ve bu dönemde yaşanan temel 6 gerçeği masaya yatırıyor ve şirketlerin bu gerçekler doğrultusunda ne gibi konulara öncelik verip hangi önlemleri alarak mevcut konumlarını korumayı amaçladıklarını ortaya koyuyor. Verimlilik, kâr gibi konular hayati derecede önem kazanıyor. Tahsilat sorunları nedeniyle nakdin yeniden kral olduğu günler geliyor. Enflasyonist dönemin 'paradan para kazanma' gibi hastalıklarının nüksettiği ve iş hayatına yer yer sekte vurduğu bu dönemde Ahmet Kocabıyık, Nafi Güral, Şenol Şankaya gibi iş adamlarının hangi stratejileri uygulayacağını merak ediyorsanız Nilüfer Gözütok Ünal'ın yaptığı bu araştırmayı okumanızı öneririm.

Özlem Aydın Ayvacı'nın kaleminden çıkan "Denge Arayışı" başlıklı araştırmamız ise piyasaları bunaltan ve adapte olmakta zorlandıkları 'tahsilat' ve 'ödeme' sürelerindeki değişim sorununu inceliyor. 25'ten fazla sektörü kapsayan çalışma 16 sektörün alacaklarını tahsil etme süresinin uzadığını ortaya koyuyor. Tahsilat süresi 6 sektörde değişmezken 4 sektördeyse kısalmış görünüyor. Borç ödeme süresi ise alınan bilgilere göre 11 sektörde uzamış, 7 sektörde değişmemiş, 8 sektördeyse kısalmış durumda.

Bu yıl 18'inci kez gerçekleştirdiğimiz, gelenekselleşen "İş Dünyasının En Beğendiği Şirketler" adlı araştırmamızın 1.480 yöneticinin katılımıyla belirlenen ve merakla beklenen sonuçlarını da bu sayıda açıklıyoruz. Bu yıl Türkiye genelinde iş dünyasının en beğendiği şirket unvanını Koç Holding aldı. Onu ikinci sırada Arçelik takip ediyor. Geçen yıl 7'nci sırada olan Eczacıbaşı Holding ise bu yıl 4 basamak birden atlayarak 3'üncülüğe yerleşti. Bu yıl listedeki büyük hareketlilik heyecan verici bir tablo ortaya çıkardı. İş Dünyasının En Beğendiği İlk 20 Şirket Listesi'ne 9 yeni şirket girişi gerçekleşti. BSH 9'uncu, Yemeksepeti 13'üncü, Tüpraş 15'nci, Boyner 16'ncı, Opet ve Aselsan 18'inci, LC Waikiki 19'uncu, Betek ve Şişecam da 20'nci sıraya yerleşerek listeye giriş yaptı. Ayrıca 38 farklı sektörün iş dünyası tarafından en beğenilen ilk 3 şirketi de belli oldu. Listelerde yer alan tüm şirketleri kutluyorum.

İyi okumalar diliyorum,

KAPAK 62

BEĞENİ LİDERLERİ

Capital'in 18 yıldır gelenekselleşen İş Dünyasının En Beğendiği Şirketler araştırmasına bu yıl 1.480 yönetici katıldı. Koç Holding, listede zirveyi bırakmazken, Arçelik ikincilik koltuğunu korudu, üçüncülüğe ise Eczacıbaşı Holding yerleşti.

SÖYLEŞİ 78

"BÖLGEMİZDE BÜYÜYECEĞİZ"

Aksoy Holding Kurucusu Erdal Aksoy ile sıfırdan yarattığı başarı hikayesini, girişimcilik öyküsünü ve gelecek planlarını konuştuk.

88 ARAŞTIRMA

ZOR DÖNEM GERÇEKLERİ

Sektörlerden ve piyasalardan sıkıntılı haberler geliyor. Alınan sinyaller enflasyonist dönemin hastalıklarının tekrar nüksettiğini gösteriyor. Bu zor döneme özgü gerçekleri araştırdık.

SÖYLEŞİ 96

"BEŞ YILDA 2'YE KATLARIZ"

Son 9 yılda yüzde 100'e yaklaşan bir büyüme yakalayan A101'in CEO'su Erhan Bostan bu muazzam büyümeyi nasıl ilmek ilmek ördüklerini anlattı.

Capital

www.capital.com.tr

YIL 26 SAYI 12 ARALIK 2018

SÖYLEŞİ

"4 SEKTÖRDE BÜYÜYECEĞİZ" 112

Yarım yüzyılı aşan Özaltın Holding, Türk iş dünyasında ayak izleri en belirgin gruplardan biri... Ankara kökenli grup, yeni dönemde önemli projelere imza atmaya hazırlanıyor.

AHU HANIM'IN YÜZDE 70 HEDEFİ 128

10 yıl sonra cironun yüzde 70'inin teknolojiden gelmesinin çok olumlu olacağını düşünen Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahu Serter, planlarını anlattı.

ÜNLÜ GİRİŞİMCİDEN İŞ DÜNYASININ YARINI 164

Türkiye dahil 15 ülkede faaliyet gösteren New York merkezli UiPath'in kurucusu Daniel Dines, 2018 sonunda bir önceki yıla göre 5 kat büyüme beklediklerini anlatıyor.

ARAŞTIRMA

DENGE ARAYIŞI 102

İş dünyası tahsilat ve ödeme sorunuyla boğuşuyor. Konkordato ilanları çarpan etkisi yaratarak iş dünyasını sarsıyor. Tahsilat ve ödeme süresi sektörlerin önemli bir bölümünde uzuyor.

BÜYÜK GÖÇ 120

Artan maliyetlerin yol açtığı yeni bir durum var. Yükselen fiyatlara satın alma gücüyle yanıt veremeyen tüketicide talep kayması gözleniyor. Bu durum çoğu sektörde alışveriş alışkanlıklarını değiştiriyor.

EN İYİ YILA ULAŞMA HESABI 134

Pek çok sektörde egale edilmek için uğraşılan rekor rakamlar var. Peki sektörler bu rakamların neresinde?

YENİ İŞ DOPİNGİ 154

ÖZEL BÖLÜM

MIT TECHNOLOGY REVIEW 171

GELECEK&TRENDLER 229

Gürbüz Doğan Eksioğlu

Yatırımlarınızın Rehberi

Yatırım hakkında tek bilmeniz gereken: Akbank Yatırım Hizmetleri.
Akbank Robo Danışmanlık ile Türkiye'de ilk defa mobilden varlık dağılım önerisini görüntüleyebilir, Portföy Fikirleri ve Yatırım Sepetleri ürünlerimizle bu dağılımı anında alabilirsiniz.

AKBANK YATIRIM HİZMETLERİ

Akbank bireysel müşterileri, Ak Portföy tarafından sunulan Robo Danışmanlık hizmetinden ilgili mevzuat kapsamında gereken süreçleri tamamlamaları halinde yararlanacaklardır. Portföy Fikirleri'nin en düşük satın alma tutarı 100.000 TL, Yatırım Sepetleri'nin ise 1.000 TL'dir. Akbank söz konusu en düşük satın alma tutarlarını değiştirme hakkını saklı tutar. Ayrıntılı bilgi için: yatirim.akbank.com

AKBANK

sizin için

YÖNETİM

182

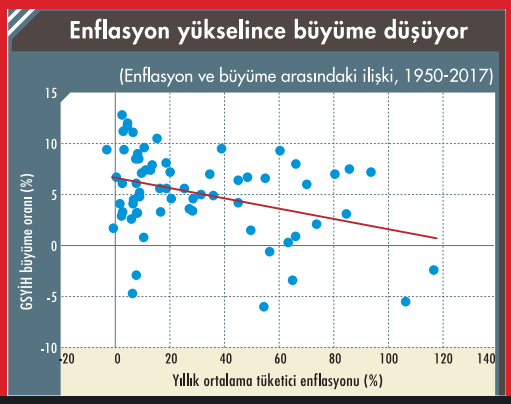
CMO'LARI NE BEKLİYOR?

"Türkiye'nin En Başarılı 30 Pazarlama Yöneticisi" araştırması, 2018 yılında başarılarıyla dikkat çeken üst düzey pazarlama yöneticilerini ortaya koyuyor.

KONJONKTÜR

ENFLASYON MU BÜYÜME Mİ? 36

Ekonomi yönetimi bir kez daha enflasyonla büyüme arasında tercih yapma durumunda. Enflasyon ile büyüme arasında negatif ilişki olduğu için bu tercihi yapmak zor gözükmüyor.



RICHARD BRANSON 10
KİTAP 24
PROJEKSİYON 32
İNSANLAR 44
NEVZAT AYDIN 52
10 SORU 54
ŞİRKET DOKTORU 56
ADPLUS 178
THOMAS FREY 180
ZİRVE YOLU 194
İŞ'TE ANADOLU 204
AL RIES 212
DİJİTAL CEO 240
FINANCE SUITE 262
KİŞİSEL YATIRIM 276

YÖNETİM

KRİTİK BÜTÇE 196
Pek çok büyük holding 2019 bütçesini henüz hazırlamadı. En geç aralık sonu ya da 2019 Ocak'ta tamamlanması hedeflenen bütçe planları ne durumda?

CEO'LARA NE OLUYOR? 206

DERS GİBİ HİKAYELER 214

4 KUŞAKLI DÖNÜŞÜM 220
İK'cıların yeni gündemi "4 kuşaklı" yönetim... Çünkü uzun zamandır beklenen Z kuşağı, yavaş yavaş iş gücü piyasasına dahil oluyor.

FİNANS

YENİ YIL PLANLARI 242
2018 yılında bankacılık sektörü ciddi bir testten geçiyor. 2019'dan sağlıklı çıkmak için sektör aktörlerinin oyun planını ortaya koyduk.

KORUMA PEŞİNDE! 258
Bankacılık dışı finans, zorlu geçecek 2019'a hazırlanıyor. Yeni yıl için sigortadan leasinge her alanda işlem hacimlerinde daha muhafazakar hedefler hakim. Odakta müşteri var.

PAY KAPMA YARIŞI 264
Faktoring sektöründe rüzgar, bu yılın üçüncü çeyreğinde tersine döndü. 2019 için de büyümede zorluklar olacağı konusunda tüm sektör yöneticileri hemfikir.

"REEL BÜYÜME BEKLEMİYORUZ" 268
Mapfre Sigorta'nın CEO'su Alfredo Munoz, 2018 sonunda sektörde büyümenin yüzde 14'te kalacağı öngörüsünde bulunuyor.

"HİSSE BAZINDA FIRSATLAR VAR" 272

YAŞAM

"GOLFTE HERKES KENDİSİYLE YARIŞIR" 279

EXPAT 291

GÖRÜŞLER

Ian Bremmer / YENİ DÖNEM NE GETİRECEK? 58
Yiğit Kulabaş / TÜRKİYE'NİN EZBER BOZAN KADINLARI 162
Mehmet Öğütçü / YENİ DÜZENDE TÜRKİYE VE MENFAAT DENGESİ 170
Ali Özgenç / CAM KAFES 228
Mehmet Gerz / FAİZ VE DÖVİZ DÜŞERKEN BORSA NEDEN YÜKSELMİYOR? 290

BİRLİKTEYİZ. GÜÇLÜYÜZ.

Sevdiklerimizin desteğiyle, arkamızdaki milyonlarca insanla güçlüyüz.
Yapabileceklerimize inanan ülkemiz, bize güvenen dostlarımızla güçlüyüz.
Yarınları bırakacağımız gençlerle, onların umutlarıyla güçlüyüz.
Çalışma arkadaşlarımızın azmiyle, geleceği şekillendiren projelerimizle güçlüyüz.

Biz, sizinle güçlüyüz. Birlikte güçlüyüz.

SOCAR

RICHARD

HAYATTA NASIL KAZANILIR?

GQ geçenlerde "Hayatta Nasıl Kazanılır – Yaptığınız Her Şeyde Mükemmelleşme Rehberi" adında enteresan bir kitap yayınladı. Bu aslında gençlere modern dünyayla başa çıkmalarında yardımcı olacak nasihatler, öngörüler ve faydalı beceriler sunan ve bendenizden birkaç yararlı iş tüyosu içeren bir el kitabı olduğundan doğal olarak sizinle içinden bazı alıntılar paylaşmam gerektiğini düşündüm.

1 HÜSRANLAR İŞ FİKİRLERİ İÇİN HARİKULADE BİR KAYNAKTIR

Başkalarının havayollarıyla uçmaktan nefret ediyordum. Yaşadığım deneyimler berbattı, hiçbir eğlence yoktu, yemekler rezildi, çalışanlar genellikle asık suratlıydı ve uçakların hepsi köhneydi. Böylece uğradığım bu ağır hüsrandan yola çıkarak 'Hadi gidip kendimize ikinci el bir Boeing 747 alalım ve şansımızı deneyelim' demiştim ve işte Virgin Atlantic böyle doğmuştu.

Virgin Records fikri ise Mike Oldfield'in Tubular Bells adındaki plağı için sözleşme yapamadığını gördüğümde yaşadığım hüsrandan çıkmıştı. Onun görkemli ve çok hoş tınılı bir plak olduğunu biliyordum ama kimse onunla anlaşmaya yanaşmıyordu. Bu yüzden ben de 'Boş ver, hadi kendi plak şirketimizi kuralım' demiştim.

2 ÜRÜNÜNÜZÜN RAKİPLERDEN DAHA İYİ OLMASI GEREKİR

Bugüne kadar yüzümüze gözümüze bulaştırdığımız pek çok iş oldu ve besbelli ki en faciası Virgin Cola girişimimizdi. Ancak onu yaparken müthiş eğlenmiş ve hiçbir şekilde zarar görmemiştik. Eğer iri yarı adamlara kafa tutar ve kaybederseniz insanlar size saygı duyar. Bu olaydan çıkardığım temel ders ise yeterince farklı olmayı başaramadığımızdı. İnsanları eğlendiren bir markamız vardı ama yine de sıradan bir kutu koladan başka bir şey değildik. Ondan sonra kendimizi rekabetin kat be kat üstü hissetmediğimiz müddetçe asla herhangi bir şeyi piyasaya sürmedik.

İNSAN OLMAK

Sidney'de çalışma grubunun 'İş Hayatında Yüzde 100 İnsan' adlı etkinliğinin bir parçası olarak şirket liderleri, İK profesyonelleri, akademisyenler ve uzmanlardan oluşan büyüleyici bir grupla birlikte iş dünyasının geleceğini tartışmaktan çok hoşlanmıştım. Virgin CEO'su Josh Bayliss ile ben buradaki bir oturuma çat kapı gelip daha insani ve daha verimli şirketler hakkındaki kendi vizyonumuzu paylaşabildiğimiz için çok şanslıydık.

CV DEĞİL KARAKTERE BAKILMALI

Orada mülteci kampında beş yıl kaldıktan sonra tek kelime İngilizce bilmeden Avustralya'ya gelen Theresa'yı dinledik. O kendisini adamakıllı geliştirerek avukat olan ve nihayetinde İngiltere'deki Virgin'e katılan başarılı bir iş kadınıdır. O, İngilizce seviyesinin yeterince iyi olmamasını ve yazdığı raporların geri çevrilebileceğini dert ediyor, ancak onun ekibi kendi gelişimini sürekli destekliyor ve o artık bu ekibin muhteşem bir üyesi haline geldi.

Theresa, Avustralya'ya geri dönerek kendi işini kurdu ve eski müdürü de çocuğunun vaftiz annesi oldu.

Onun hikayesi aslında işe insan alırken nasıl CV'ye değil de karaktere bakılması ve daima insanlara bir şans verilmesi gerektiğini gösteren mükemmel bir örnek.

Kibar olun, eleştirmekten çok methedin ve bu şekilde birilerinin hayatını değiştirebilir ve kendi şirketinizde muazzam olumlu yönde bir fark yaratabilirsiniz. Şirketler ya dünyaya katkıda bulunur ya da dünyanın mahvolmasına yardımcı olur. Aynısını kendi şirketlerindeki tek tek çalışanlara da yapabilirler. İş hayatında organizasyonların yapılarını değiştirmekten tutun da bugüne kadar işe yaramış köklü bir fikri, iş gücündeki yeni nesilleri ve teknolojinin etkisini değiştirmeye kadar yapılabilecek birçok potansiyel değişiklik var.

BRANSON

3 ESNEK ÇALIŞMAYA SARILIN

İşin olmazsa olmazı etrafınızda olağanüstü bir ekip oluşturmanızdır ve bana sorarsanız onlara ailenizden insanlarmış gibi davranın. Virgin Group genel merkezinde çalışan insanlar istedikleri kadar tatil yapabilir ve maaşları kesintisiz ödenir. Eğer insanlar evden çalışmak istiyorsa evlerinden çalışabilir. Ben her zaman ya bir yüzer evden ya da adadan çalışmışımdır yani asla bir ofiste çalışmışlığım yoktur ve şu anda da denize nazır bir hamakta yayılarak 90 bin kişilik küçük bir imparatorluğu yönetiyorum. Keyifli bir ortamda çalışarak hem daha fazla işin yapılmasını sağlayabilir hem de düşünmek için kendinize daha fazla zaman ayırabilirsiniz.

4 DİZÜSTÜ BİLGİSAYARINIZI YANINIZDAN AYIRMAYIN

Ben bu konuda biraz tutucuyum. Eğer bir Virgin uçağımdaysam, yerimden kalkarım, çalışanlarla konuşurum, müşterilerle konuşurum, işte bu şirketi istisnai kılan bu geri beslemelerdir. Eğer şeyleri bir kenara yazmazsanız, onların arasından ayıklama yapamazsınız. Şayet insanlarla bir toplantıdaysam ve onlar not almıyorsa pek göstermem ama acayip hayal kırıklığına uğrarım. Pek çok insana not almak tenezzül edilmeyecek bir şeymiş gibi gelir yani şirketlerdeki üst düzey yöneticilerin sanki yapmaması gereken bir şey gibi. Ama bana göre onlar çok yanılıyor.

5 ÜSTÜNÜZDEKİ İŞLERİ DEVREDİN, DEVREDİN, DEVREDİN

Günlük rutin işlere gömülmek yerine büyük resme bakabilmek için serbest kalmanız gerekir ki ortaya bir sorun çıktığında onunla başa çıkmaya hazır olun. Pek çok girişimciye şunu söylemişimdir: Şirketinizi kurup ayağa kaldırdıktan sonra artık ofiste yerinizi başkasına bırakın ve ofisi terk edin. Bırakın şirketi o kişi yönetsin. Ve ardından orada olmayacağınız için sizi görmek ve zamanınızı almak isteyecek insanları geri çevirerek rencide etmemiş olursunuz. Eğer gerçek bir girişimciyseniz bir sonraki girişimcilik heyecanına atılmak isteyeceksinizdir."

Bu kitapta ayrıca içinde yakın dostum Jamie Oliver, dalgıç Tom Daley ve aktrist Tracey Emin'in de olduğu çeşitli mesleklerden uzmanlarla yapılmış röportajlar da var. Şimdi siz de hemen raftan bir kopyasını satın alabilirsiniz.

YENİ İŞ MODELİ İHTİYACI

Bizler iş dünyasının liderleri olarak kendimize 'Dünyanın iyiliği ve insanların yaşamlarının düzelmesi için elimizin altındaki güçten nasıl faydalanabiliriz' diye sormalıyız. Alışıldığı haliyle bir şirket artık bir seçenek olmaktan çıkmıştır. Bugüne kadar iklim değişikliğinin, eşitsizliğin ve finansal krizlerin etkilerini çok yakından gördük ve şimdi bir B panına ihtiyacımız var. İş yapmanın eski modelleri artık işe yaramıyor ve hem dünyada hem kendi organizasyonlarımızda insanların yaşamlarını iyileştirmek için girişimciliğe ve iş dünyası liderliğine yaşamsal bir rol düşüyor.

Yaşamınızın büyük bir kısmını çalışmaya harcadığınızda onu eğlenceli kılmak için elinizden geleni yapmanız gerekir. Onun sizin büyük bir tutkuyla bağlı olduğunuz ve önem verdiğiniz bir şey olması şarttır. Bizim Virgin'de tek amacımız 'İş hayatını iyi yönde değiştirmektir'. Bu bizi iki şey hakkında düşünmeye teşvik eder: İlki insanların yaşamlarını kalıcı bir şekilde nasıl daha iyi yapabileceğimize ve ikincisi de bugün aldığımız işle ilgili kararların uzun vadede ne gibi etkileri olabileceğine kafa yormaya.

YÜZDE 100 İNSAN FELSEFESİ

Tüm bunları başarmanın sırrı ise bizim nihayetinde insanların daha iyi yaşamasını sağlamaya yönelik değerlerimizi ve odağımızı paylaşan doğru insanları güverteye almaktır. Elbette işe Virgin'de çalışan insanlarla başlayarak... Son birkaç yıl boyunca Virgin şirketlerinde 'İş Yerinde Yüzde 100 İnsan' diye tanımlanan felsefeyi nasıl oturtacağımıza odaklandık ve hatta geçen ay iş hayatının, liderliğin ve kucaklayıcı stratejilerin geleceğini nasıl yeniden şekillendirebileceğimizi düşünmek için atölye çalışmaları düzenledik. Bunun gelecekte müşterilerimiz, kendi insanlarımız, çevre ve başka topluluklar için en olumlu etkiyi yaratacak şekilde nasıl daha da ilerleme kaydedeceğini görmeyi iple çekiyorum.

Hazırlayan: Nil Dumansızoğlu
ndumansizoglu@capital.com.tr

KOÇ HOLDİNG 103,4 MİLYAR TL CİRO ELDE ETTİ

Koç Holding, 2018 yılının ilk 9 ayında konsolide bazda toplam 103,4 milyar TL gelir elde ederken 3,8 milyar TL konsolide ana ortaklık payı net dönem kârı gerçekleştirdi. Finansal sonuçları değerlendiren Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, "Yılın ilk 9 ayında da kombine yatırımlarımız bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla yüzde 37 artarak 6,4 milyar TL'ye yükseldi. Son 5 yılda yapmış olduğumuz 35 milyar TL'lik yatırım, ülkemize duyduğumuz güvenin somut bir göstergesidir" dedi.

ÇİMSA 9 AYLIK SONUÇLARINI AÇIKLADI

Sabancı Holding iştiraki Çimsa'nın 9 aylık cirosu 1 milyar 305 milyon TL, net kârı ise 216 milyon 670 TL olarak gerçekleşti. Sonuçları değerlendiren Çimsa Genel Müdürü Ülkü Özcan, "Geliştirdiğimiz dijital stratejimizle verimliliğe, akıllı fabrika sistemleri ve veri analitiği gibi endüstri 4.0 projelerine her zamankinden fazla odaklanarak Çimsa'yı 'geleceğin çimento şirketi' olarak konumlandırıyoruz" dedi.

KAR GROUP YATIRIMLARINI SÜRDÜRÜYOR

İstanbul'daki ilk projesi Edonia Garden'ı satışa sunan Kar Yapı, Anadolu'nun çeşitli bölgelerinde de yatırımlarını sürdürüyor. Yatırımlarla ilgili bilgi veren Kar Group Yönetim Kurulu Üyesi Şenol Üçüncü, "Doğu Karadeniz, İç Anadolu, Doğu Anadolu, Güneydoğu Anadolu ve Akdeniz'de yatırımlarımızı hayata geçirmek üzere fizibilite çalışmalarımız devam ediyor. Yıl sonuna kadar grup olarak 180 milyon TL'lik yatırımı hayata geçireceğiz" diyor.

"YENİ MEZUNLARA EŞİT FIRSAT VERİLMELİ"

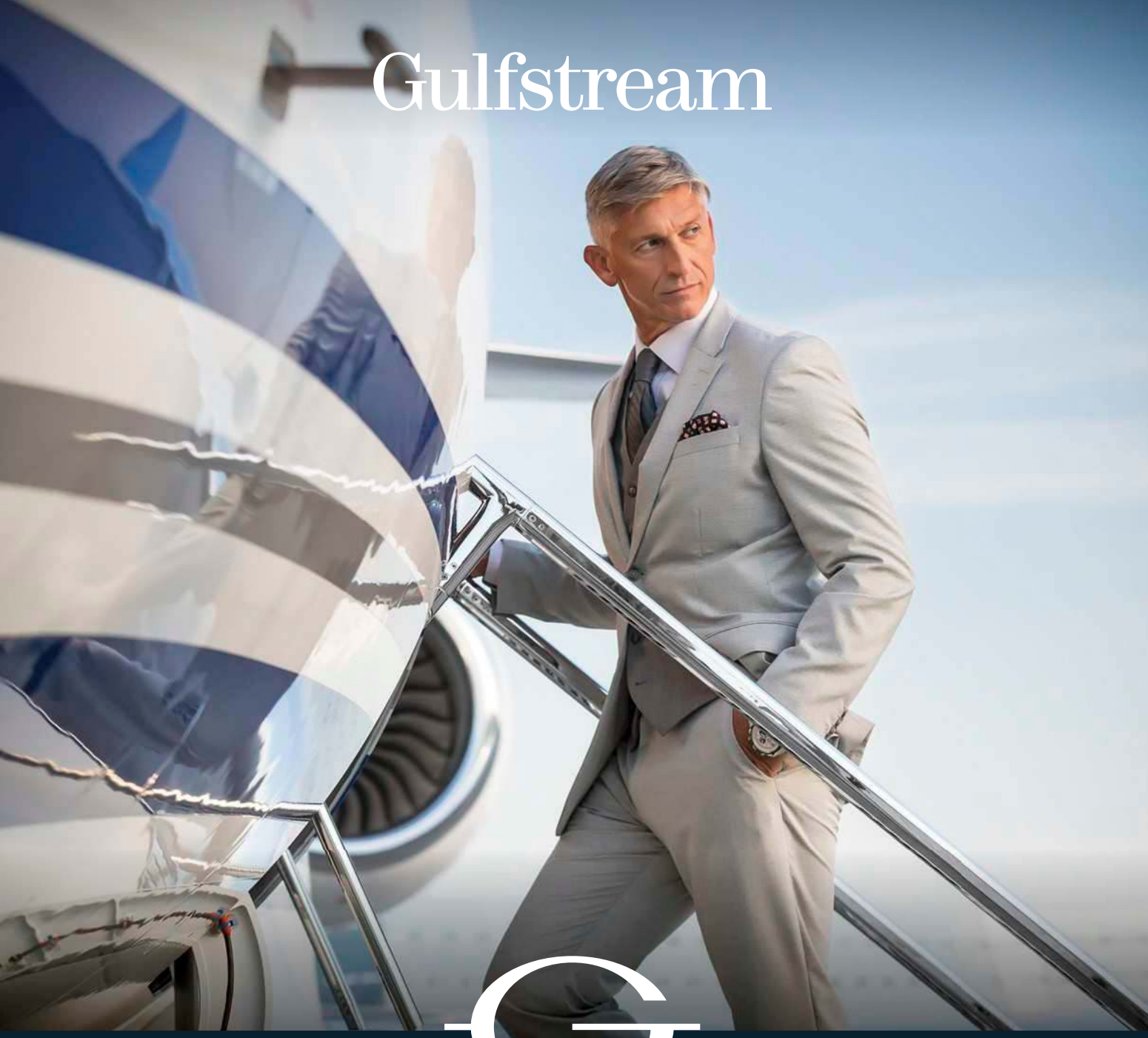
Esas Sosyal Kurucular Kurulu Başkanı Emine Sabancı Kamışlı, İlk Fırsat programının sonuçlarını ve etkilerini paylaştı. "İşverenler işe alım sürecinde sadece okula bakmasın, eşit fırsat versinler, çünkü gençler için umut çok önemli" diyen Kamışlı, şunları söyledi: "İlk Fırsat Programı, 2015'ten bu yana 24 STK'da 60 gence ilk iş deneyimlerini kazanma fırsatını sağladı. 2019'da ise 35 gence 20 farklı STK'da ilk iş fırsatı sağlanacak."

MILK RUN'DA PAZAR LİDERİ

Mars Logistics, 2015 sonunda başlattığı Milk Run taşımacılık modeliyle otomotiv sektörü şirketlerine yılda 100 bin sefer düzenliyor. Bu taşımacılık modeliyle müşterilerine avantajlı lojistik desteği sağlayan şirket, otomotiv sektöründe pazar lideri oldu. Mars Logistics Karayolu ve Demiryolu Taşımacılığından Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Gökşin Günhan, pazar paylarını daha da artırmak için Milk Run yatırımlarına devam edeceklerini söyledi.

RANDSTAD DÜNYA LİDERİ OLDU

4 bin 858 şube ve 37 bin 930 çalışanla 39 ülkede 212 bin kişiye istihdam sağlayan Randstad, 23,3 milyar Euro cirosuyla insan kaynakları alanında dünya lideri oldu. Randstad Türkiye Genel Müdürü Leigh Ostergard, "Geçen yıl belirlediğimiz yeni misyonumuz `geleceğe doğru' ile dünyaya yeni bir söz verdik. 2030 yılına kadar dünya genelinde 500 milyon insanın iş hayatına dokunmayı hedefliyoruz" dedi.



ÖZGÜRLÜK YANIBAŞINIZDA

Gulfstream'in hızı ile uzun mesafeleri herkesten önce kat etme şansına sahip olun.
Temponuzu belirleme imkanına sahip olduğunuzda geriye sadece fırsatlar kalır.
Her seyahatinizde sözümüzü tuttuğumuza tanık olun.

GULFSTREAM.COM

Gulfstream: Nicolas Robinson, +44 7950 885 967
Gulfstream Yetkili Satış Temsilcisi: Tuba Oğuz, +90 532 482 82 82; Aylin Yıldız Başel, +90 532 505 2828

Gulfstream™
A GENERAL DYNAMICS COMPANY

FKB 3'ÜNCÜ ÇEYREK SONUÇLARINI AÇIKLADI

Finansal Kurumlar Birliği (FKB), bankacılık dışı finans kesiminin 2018 üçüncü çeyrek konsolide verilerini açıkladı. Buna göre sektörün aktif toplamı yüzde 28 artışla 161 milyar TL'ye, işlem hacmi yüzde 10 artışla 151 milyar TL'ye, faaliyet konusu alacakları yüzde 23 artışla 141 milyar TL'ye, özkaynak büyüklüğü ise yüzde 15,6 artışla 21 milyar TL seviyelerine ulaştı.

KREDİLERİN YÜZDE 56'SI KOBİ'LERE

Şekerbank'ın ilk dokuz ayda konsolide bazda toplam kredi hacmi, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 15 artışla 24 milyar TL'ye yükseldi. Konsolide aktif büyüklüğü yıllık bazda yüzde 20 yükselerek 36 milyar TL'ye ulaştı. 108,8 milyon TL net kâr elde eden bankanın toplam özkaynak büyüklüğü 2,5 milyar TL olarak gerçekleşti. Şekerbank Genel Müdürü Servet Taze, "Eylül sonu itibarıyla kredilerimizin yüzde 56'sını KOBİ'lerimize kullandırdığımız krediler oluşturdu" dedi.

DENİZBANK'IN AKTİFLERİ 213 MİLYAR TL

DenizBank'ın yılın ilk dokuz aylık verilerini açıklayan finansal hizmetler grubu başkanı Hakan Ateş, bankanın aktiflerinin bu dönemde 213 milyar TL, net kârının ise 1 milyar 708 milyon TL olduğunu söyledi. Mevduatını geçen yılın sonuna kıyasla yüzde 36 artırarak 146 milyar TL'ye, toplam kredilerini geçen yılın sonuna göre yüzde 31 artışla 151 milyar TL'ye, müşteri sayısını ise 12,4 milyon kişiye ulaştırdığını ifade etti.

YENİ GENEL MÜDÜRLÜK BİNASI AÇILDI

Alternatif Bank, Vadistanbul'daki yeni genel müdürlük binasına taşındı. Bankanın İstanbul'daki 650 çalışanının aynı çatı altında toplandığı binanın mülkiyeti Alternatif Bank'a ait. Banka, yeni genel müdürlük binasında çalışanlarına, spordan dinlenme alanlarına uzanan çeşitli imkanlar sunarak çalışma konforunu üst düzeyde tutmayı hedefliyor.

VAKIFBANK ÇAĞRI MERKEZİ YENİLENDİ

VakıfBank, çağrı merkezini yenileyerek kullanım alanı ve çalışan sayısını artırdı. Konuyla ilgili açıklama yapan VakıfBank Genel Müdür Yardımcısı İlker Yeşil, teknolojik yatırımlara da devam ettiklerini söyledi. "Mobil uygulama üzerinden müşteri temsilcisine direkt bağlanma özelliği, müşterilerimiz tarafından sıklıkla tercih ediliyor. Geliştirme çalışmalarına devam ettiğimiz sesli yönlendirme ve ses tanıma teknolojilerini 2019 yılında kullanmaya başlayacağız. Görüntülü görüşme konusundaki çalışmalarımız da devam ediyor" dedi.

KARTLI ÖDEMELER YÜZDE 21 ARTTI

BKM'nin açıkladığı ekim ayı verilerine göre Türkiye'de yaklaşık 66 milyon adet kredi kartı, 142 milyon banka kartı bulunuyor. Banka kartları ve kredi kartlarıyla ekim ayında toplam 71,8 milyar TL'lik ödeme yapıldı. Banka kartıyla ödemelerde önceki yılın aynı dönemine göre büyüme oranı yüzde 36 olurken kredi kartıyla ödemelerde ise bu oran yüzde 19 olarak gerçekleşti. Toplam kartlı ödemeler büyümesi ise yüzde 21 oldu.

En değerli
birikim tavsiyemiz:
Dijital Detoks
Günümüzün ortalama 6-7 saati internette geçiyor.
Şimdi akıllı telefonlara, tabletlere, bilgisayarlara ara verme,
sevdiklerimizle mutlu anlar biriktirme zamanı.
Bankacılık işlemlerinizi kolayca gerçekleştirip hayatın güzelliklerine
yer açın diye İş Bankası Yüz Yüze Bankacılık ayrıcalıkları
hep yanınızda. Size özel Müşteri İlişkileri Yöneticileri ile hızlı hizmet
veriyor, birikimlerinizi ustalık ve güvenle değerlendiriyoruz.
Hayatın güzellikleri size,
bankacılık işlemleriniz
bize kalsın.
Yüz Yüze
BANKACILIK
isbank.com.tr
/yuzyuzebankacilik

ŞOK, 8,7 MİLYAR TL CİROYA ULAŞTI

ŞOK Marketler, 2018'in ilk 9 aylık sonuçlarına göre 270 milyon TL yatırımla 851 mağaza açarak yaklaşık 3 bin 700 kişiye yeni istihdam sağladı. Bununla birlikte açılan yeni mağazaların da katkısıyla satış gelirleri, aynı dönemde yüzde 37 artarak 3,3 milyar TL ciroya ulaştı, yüzde 35'lik satış artışıyla 8,7 milyar TL ciro elde etti. ŞOK Marketler CEO'su Uğur Demirel, şirketin ilk 9 aylık dönemindeki net kârının ise 121,9 milyon TL olduğunu söyledi.

COTTONBOX 2019'DAN UMUTLU

Dünyada markalaşarak istikrarlı bir büyüme hedefinde olan Cottonbox, yatırımlarını ve mağazalaşma çalışmalarını da bu doğrultuda yürütüyor. Şu anda üretiminin yüzde 35'ini ihraç eden marka, bunu yüzde 50'ye taşımayı ve 850'yi aşkın yurt içi mağazasını binin üzerine çıkarmayı hedefliyor. 2018 yılını bir önceki yıla göre yüzde 15 büyüyerek 60 milyon TL'yle kapatacaklarını söyleyen Cottonbox Yönetim Kurulu Başkanı Nuri Turgut, 2019 hedefini yüzde 10 büyüme olarak açıkladı.

AVRUPA'NIN 35 ÜLKESİNDE TESCİLLENDİ

ETİ'nin inovatif ürünlerinden Süt Burger için yaptığı patent başvurusu, Türkiye ve Azerbaycan'la birlikte Avrupa'nın 35 ülkesinde tescillendi. ETİ İcra Kurulu Başkanı Hakan Polatoğlu, bu gelişmeyle ilgili, "ETİ'nin, gıda sektöründeki inovatif kimliğini sadece Türkiye'de değil, tüm dünya ülkelerindeki tüketiciler nezdinde değerli kılacak ve rakiplerimize karşı daha üstün konuma getirecek önemli araçlardan biri olacaktır" diye konuştu.

50 YENİ MAĞAZA AÇACAK

Emsan, 2018'de yüzde 50 büyümeyle Karaca Grup bünyesindeki en hızlı büyüyen marka oldu. 2018'de mağazalaşmaya başlayan Emsan, e-ticaret satışlarını da yüzde 400 artırdı. 2019 yılı hedefleriyle ilgi bilgi veren Emsan Genel Müdür Yardımcısı Arif Yıldırım, 2019'da 50 yeni mağaza açma ve e- ticarette yüzde 200 büyüme hedefleri olduğunu söyledi.

MULTINET UP YENİ DÖNEME HAZIR

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın, perakende ticarette uygulanacak ilke ve kurallar hakkında yönetmelikte değişiklik yapılmasına dair yönetmeliği, kasım sonunda hayata geçti. Yeni yönetmelikle gelecek değişiklikleri kendi bünyesinde hayata geçiren Multinet Up CEO'su Demirhan Şener, bu süreçte öne çıkardıkları faydalar ve kolaylıklarla farklılaşmayı başardıklarını belirtti.

SADECE BITCOIN'LE SATILIYOR

Hublot, Bitcoin'in 10'uncu yılını kutlamak için ürettiği Big Bang Meca-10 P2P modelini tanıttı. Yaptığı bu girişimle sadece Bitcoin kullanılarak saat satan ilk marka oldu. Big Bang Meca-10 P2P sadece e-ticaret üzerinden sipariş verilip ödeme yapılarak satın alınabiliyor.

YILBAŞI İÇİN İŞ BİRLİĞİ

Castelbajac Paris ve L'Occitane, yılbaşı koleksiyonu için iş birliği yaptığı. L'Occitane vitrinlerine taşınan yılbaşı koleksiyonlarında, Corsika ve Burkina Faso'daki organik üretimler için yapılan adil ticaret anlaşmaları, Shea hediye kutularına yansıtıyor.

Doğaya
DÖNÜŞ
SARAR
SARAR.COM | SHOP.SARAR.COM

ABONESEPETİ, 444DERGİ.COM'U SATIN ALDI

AboneSepeti, tüm yayıncıların dergilerini müşterilerine yüzde 70'e varan avantajlı fiyatlarla düzenli olarak ulaştıran 444dergi.com'u tüm operasyonlarıyla satın aldı. Telekomünikasyon servis sağlayıcılarını tek panelde toplayarak abonelik sistemini daha kolay, avantajlı ve ekonomik olmasını sağlayan abonesepeti.com, şimdi aynı tecrübeyi yazılı basında göstermek için 444dergi.com ile büyük bir adım attı.

VODAFONE BÜYÜMESİNİ SÜRDÜRDÜ

Vodafone Türkiye, ilk mali yarıyılında büyümesini sürdürdü. Nisan-eylül dönemine ait ilk yarıyıl sonuçlarını açıklayan şirket, servis gelirini geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 14,6 artırdı, servis gelirleri 5,2 milyar TL'ye ulaştı. Şirketin, 2018-19 mali yılının ilk yarısında FAVÖK'ü geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 17,9 artışla 1,5 milyar TL'ye, FVÖK'ü ise yüzde 40,4 artışla 720 milyon TL'ye yükseldi.

HAVACILIKTA "EN GÜÇLÜ" OLDU

Araştırma ve danışmanlık şirketi ARC Advisory Group'un araştırmasına göre IFS, global havacılık ve savunma kurumsal varlık yönetimi (EAM) pazarında 10 yıldır en büyük paya sahip. "IFS dünya genelinde havacılık ve savunma sektörlerinde güçlü bir şirket" diyen ARC Advisory Group Kurumsal Yazılımlar Araştırma Direktörü Ralph Rio, sözlerine şöyle devam etti: "IFS, bu sektördeki işletmelere, IFS Maintenix ve IFS Applications çözümleriyle gerçekleştirdiği güçlü hizmetleriyle liderliğini daha da pekiştirdi."

ALIEXPRESS IYZICO'YU SEÇTİ

Alibaba Group'a bağlı e-ticaret platformu AliExpress, ödeme hizmetleri çözüm ortağı olarak Türkiye'nin önde gelen fintek şirketi iyzico'yu seçti. AliExpress Kıdemli Operasyon Müdürü Gary Topp konuyla ilgili, "Türkiye'deki kullanıcılarımıza kaliteli hizmet sunmak için yerel ortaklarla iş birliği yapmayı amaçlıyoruz ve iyzico'nun da bu amacımızı karşılamamız için gereken doğru ekibe, yerel birikime ve teknolojiye sahip olduğuna şüphemiz yok" dedi.

ROBOTLARA 218,5 MİLYAR DOLAR HARCANACAK

KPMG'nin "Yıkıcı Teknolojilerin Değişen Yüzü Araştırması" açıklandı. Küresel teknoloji liderleriyle yapılan araştırmada önümüzdeki üç yıl içinde şirketlerin dijital dönüşümünü sağlayacak anahtar teknolojiler incelendi. Katılımcılara göre en etkili yıkıcı teknolojiler; nesnelerin interneti, yapay zeka ve robotik olarak sıralanıyor. 2021'de robotiğe ve drone teknolojisine yapılan yatırımların 218,5 milyar dolara ulaşması bekleniyor.

LOGO GELİRLERİNİ YÜZDE 25 ARTIRDI

Logo Yazılım, 2018'in 9 aylık döneminde satış gelirlerini geçen yıla oranla yüzde 25 artırarak 217,2 milyon TL'ye yükseltti. Faiz, amortisman ve vergi öncesi kârını (FAVÖK) da yüzde 25 artıran Logo'nun net dönem kârı ise yüzde 38 artış göstererek 52,4 milyon TL'ye ulaştı. Logo, konsolide gelirlerinin yüzde 35'ini Euro bölgesindeki operasyonlardan elde etti. Şirketin Romanya'daki iştirakinde Ar-Ge harcamalarında yüzde 24 artış kaydedildi.

Farklı riskler akılcı çözümler ister.

Ak Yatırım'da **"VİOP Vadeli İşlem ve Opsiyon Sözleşmeleri"** ile tanışın.

Risk ve belirsizliklerden korunmanın, organize piyasalarda işlemlerinizi güvenle gerçekleştirmenin, alt limit olmadan, kaldıraç etkisinden faydalanarak yatırım yapmanın avantajlarını VİOP'ta yaşayın.

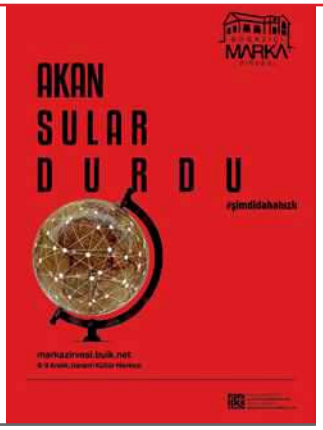
Daha fazla bilgi almak için 444 1 259'u arayın.

TradeAll

AKYatırım

MARKA ZİRVESİ ARALIKTA DÜZENLENİYOR

Boğaziçi Üniversitesi İşletme ve Ekonomi Kulübü'nün düzenlediği Boğaziçi Marka Zirvesi'nin 6'ncısı, bu yıl #şimdidahahızlı sloganıyla 8-9 Aralık tarihinde Boğaziçi Üniversitesi Garanti Kültür Merkezi'nde gerçekleşecek. Nestlé ana sponsorluğunda ve P&G, Eczacıbaşı, Colgate-Palmolive, L'Oreal, GSK, Danone gibi markaların sponsorluğunda düzenlenen zirve, sponsor markalardan üst düzey yöneticilerin katılımıyla gerçekleştirilecek.



İLHAN BERK 100 YAŞINDA

Modern Türk şiirinin öncülerinden İlhan Berk'in 100'üncü doğum yıldönümü için hazırlanan "Şiir Her Yerdedir-İlhan Berk 100 Yaşında" sergisi, 20 Ocak'a kadar Yapı Kredi Kültür Sanat'ta görülebilecek. İlhan Berk'in üretim sürecine odaklanmış altı bölümden oluşan sergide, İlhan Berk'in Bodrum'da yaşamaya başladığı 1970 yılından itibaren bizzat kullandığı kendi kitaplığı da bulunuyor. Kitaplık, izleyiciler tarafından interaktif olarak incelenebilecek.

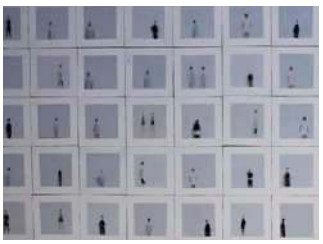
YENİ YILA 8 SAAT ÖNERİSİ

Saat, hediye alternatifleri arasında hem kadın hem erkekler için vazgeçilmez bir ürün. Omega, bu yeni yıl için önerdiği saat modellerini şöyle sıraladı: Constellation, Seamaster Diver 300M, Yeni Trésor, Speedmaster, Seamaster Planet Ocean, De Ville Prestige, Seamaster Aqua Terra.

DÜZELTME

Capital'in kasım sayısında, "Liderlerin Yarın Planları" başlıklı haberin 158'inci sayfasında, otomotiv sektörün 2017 yıl sonu ihracat rakamı olan 28,5 milyar dolar, Beyçelik Holding'in ihracat rakamı olarak yanlış yazılmıştır. Düzeltir, özür dileriz.

YENİ NESİL SANATÇILAR BULUŞUYOR



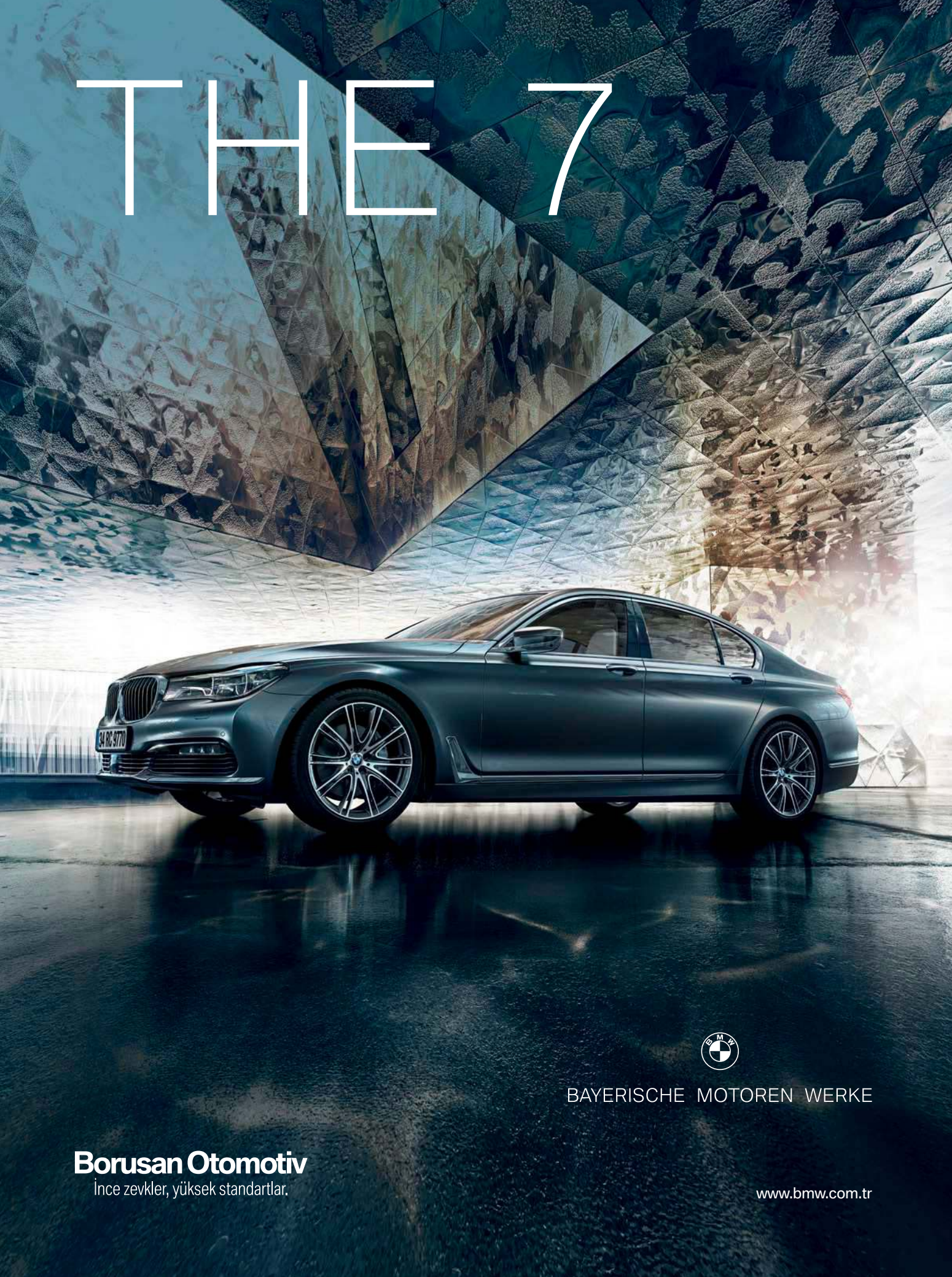
BASE, bu yıl 20-23 Aralık tarihleri arasında Galata Rum Okulu'nda yeni nesil sanatçıları sanatseverlerle buluşturmaya hazırlanıyor. İlk yılında 12 bin ziyaretçiyi ağırlayan BASE'de, bu yıl 29 üniversiteden 93 yeni mezun sanatçı adayının 105 yapıtı yer alacak. Kürasyonu bu yıl da Derya Yücel tarafından gerçekleştirilecek olan BASE 2018'de, animasyon, baskı, cam, fotoğraf, grafik tasarım, heykel, resim, seramik, video, yerleştirme gibi pek çok farklı sanat dalından yapıtlar sergilenecek.

"ESARETİN BEDELİ" SAHNEDE

Stephen King'in ölümsüz eseri Esaretin Bedeli (The Shawshank Redemption) Çolpan İlhan&Sadri Alışık Tiyatrosu tarafından Türkiye'de ilk kez sahneleniyor. 15, 25 Aralık ve 5 Ocak'ta Zorlu PSM Turkcell Platinium Sahnesi'nde sergilenecek olan oyun, Şakir Gürzumar tarafından yönetiliyor. Oyuncu kadrosunda Pakmen Kerem Alışık, Kaan Taşaner, İştar Gökseven, Fuat Onan, Erhan Alpay, Hasan Erdem, Yiğit, Mert Doğan, Murat Yılmaz, Umut Avcı, Şahin Adıgüzel, Cem Hamzaoğulları gibi isimler yer alıyor.

İTALYAN MUTFAĞI "FELLINI, ARMANI VE ROSSINI" İLE TANITILDI

Türkiye ve İtalya arasında ticari ve kültürel ilişkilerin gelişmesi için 130 yılı aşkın süredir faaliyetlerini sürdüren İtalyan Ticaret Odası İtalyan gastronomi kültürünün tüm dünyada eş zamanlı tanıtımı amacıyla her yıl düzenlenen "İtalyan Mutfağı Haftası" etkinlikleri kapsamında, ünlü İtalyan Şef Giovanni Terracciano'nun hazırladığı özel menüyle bir öğle yemeği düzenledi. Yemeğe; İtalya İstanbul Konsolosu Gabriele Ingrosso, İtalyan Ticaret Odası Başkanı ve Bell Holding CEO'su Livio Manzini ve İtalyan Ticaret Odası'nın yönetim kurulu üyeleri katıldı. İtalyan Ticaret Odası Başkanı Livio Manzini toplantıda yaptığı konuşmada, İtalyan Mutfağı'nın başarısının; sinemada, müzikte olduğu gibi "tutku" olduğunu, dünyada yemekleri bir sanat gibi sunan tüm İtalyan Şeflerin de birer elçi olduğunu belirtti.


THE 7
BAYERISCHE MOTOREN WERKE
Borusan Otomotiv
İnce zevkler, yüksek standartlar.
www.bmw.com.tr

Liv Tyler Laguna Süit terasında dinlenirken...

Tüm deneyimini izlemek için, www.maxxroyal.com adresini ziyaret ediniz

MAXX ROYAL

RESORTS

KİTAP

DÜNYA EKONOMİSİ

Dünya Ekonomisi, insanın geçirdiği kültürel evrimi ve o yolda yaşanan ekonomik gelişmeleri ele alıp açıklamayı amaçlıyor. Mahfi Eğilmez, sunuş yazısında şunları söylüyor: "Kapitalizm tek başına kalmadan önce bütün bu kavramların çıkışı ve gelişimi, ekonomi biliminde Marksist bir artı zaman ve artı değer yaklaşımı çerçevesinde ele alınırdı. Sovyet blokunun dağılmasıyla birlikte ekonomi bilimi son yüzyıldaki gelişmelerle kısıtlanmaya başladı. Oysa Marksist analizin birçok konuda çok doğru yaklaşımları ve eleştirileri vardır."

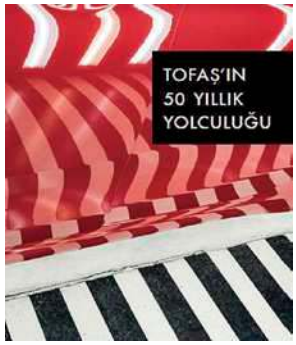
TIBBIN GELECEĞİNE YOLCULUK

Bertalan Meskó'nun kaleme aldığı Tıbbın Geleceğine Yolculuk, okuyucuları yaklaşan değişim dalgalarına hazırlamaya, tıbbın geleceğine ilişkin herkesin kullanabileceği bir kılavuz oluşturmaya çalışıyor. Tam olarak neler olacağını ve sağlık hizmetinin nasıl şekilleneceğini kimse bilmese de tıbbın geleceğini, tıp sanatı ile inovasyon kullanımı arasındaki iyi tasarlanmış dengenin belirleyeceğini anlatıyor.

TAŞIN ALTINDAKİ EL

Nassim Nicholas Taleb, Taşın Altındaki El'de, din ve siyaset, finans ve kişisel sorumluluk gibi konulardaki uzun süreli inançları sorgulayarak dünyayı anlamanın, meslek hayatında başarılı olmanın, adil ve hakkaniyetli bir topluma katkıda bulunmanın anlamını yeniden tanımlıyor. Hammurabi'den Seneca'ya, Dev Antaeus'tan Donald Trump'a, Kant'tan Şişko Tony'ye kadar örneklerle oyunun temel kurallarını anlatıyor.

TOFAŞ'IN 50 YILLIK YOLCULUĞU



Türkiye otomotiv sanayisinin öncü ismi Tofaş'ın hikayesi, Tofaş'ın 50 Yıllık Yolculuğu adlı kitapta kaleme alındı. Koç Holding'in kurucusu Vehbi Koç'un ilerici vizyonuyla temelleri atılan şirketin geçmişindeki kilometre taşlarına yer verilen kitap, birinci ağızdan hikayelere ilave olarak Türk otomotiv endüstrisinde bir döneme ışık tutan, ayrıntılı bir arşiv taraması yapılarak elde edilen ve ilk defa sergilenen fotoğrafları da kapsıyor.

START UP HUKUKU

Start up hukuku, girişimcilik ekosisteminin doğrularıyla harmanlanmış yeni bir hukuk dalı. Doğası gereği girişimlerin faaliyet gösterdiği alanların hukuk kurallarıyla da doğrudan etkileşim halinde. Bu alanda uzmanlaşmak için genel hukuk mantığına ters düşen birtakım ekosistem gerçeklerinin varlığını kabul ederek girişimci gözünden bakabilmek gerektiğini düşünen Mümtaz Hacıpaşaoğlu ve Okan Şencan, girişim hukukunun farklı disiplinlerine rehber görevinde olması için Start Up Hukuku adlı kitabı meraklısıyla buluşturuyor.

MAKİNE PLATFORM KİTLE

Teknolojilerin gücü arttıkça gelecekteki olasılıklar da artıyor. Bu potansiyel, hedefleri net bir şekilde belirlemenin ve değerler konusunda daha derinlemesine düşünmenin önemini daha da artırıyor. Dünya, teknolojiyle yaşanan değişimin hızı ve kapsamı konusunda şaşkın… Geride kalmamanın yolu ise bu değişimin ilkelerini anlamak. Andrew McAfee ve Erik Brynjolfsson, Makine Platform ve Kitle'de işte bu ilkeleri açıklıyor.

CEO'LAR NE OKUYOR?

HAZIRLAYAN: NİL DUMANSIZOĞLU
ndumansizoglu@capital.com.tr

"AYNI YÖNTEMLE FARKLI SONUÇ ALINMAZ"

"Harvard Business School profesörlerinden Youngme Moon'un Different adlı eseri, okurken keyif aldığım ve kendi hayat felsefemle çok fazla ortak nokta bulduğum bir kitap. Moon, aynı şeyleri tekrarlamaktan sıyrılıp farklı ve özgün olduğumuzda değer yaratıp kazanabileceğimiz, aynı yöntem ve süreçleri deneyerek farklı sonuçlara ulaşamayacağımız konuların üzerinde duruyor. Hepimizin biraz daha cesaretli olması, araştırması, inandığımız farklı fikirleri savunup hayata geçirmek için ısrarcı olması gerektiğini düşünüyorum. Unutmayalım ki günümüzde başarıya ulaşmış birçok fikir ilk ortaya atıldıklarında çoğu insan tarafından onay görmemişti!"

ÖZGE KILIÇ GÜLER / ASUS TÜRKİYE SYS İŞ BİRİMİ ÜLKE MÜDÜRÜ

"VERİMLİ BİR EKİP OLUŞTURMAMI SAĞLADI"

"Stephen R. Covey'in 7 Habits of Highly Effective People'ı, iş yaşamındaki insanlar için bir kütüphane dolusu kitaba eşdeğer deneyim örnekleri ve bilgi içeren bir kitap. Hala ara ara bazı bölümlerini açar okurum. Kitap, bana, yaşam alışkanlıklarının bazılarını işe entegre etmeyi, iş hayatının bazı felsefe ve yöntemlerini de yaşam alışkanlığı haline getirmemi öğretti. İş hayatında insanların potansiyellerini, pozitif takım oyununda enerjiye dönüştürüp mutlu ve verimli bir ekip oluşturma yolunda başarılı olmama katkıda bulundu. Ayrıca fikirleri iş planına çevirip süreç planlama, uygulama, izleme ve geri bildirim sağlama/alma konularının değerini içselleştirip uygulamaya geçişimi sağladı."

NEVZAT KULABEROĞLU / UĞUR OKULLARI GENEL MÜDÜRÜ

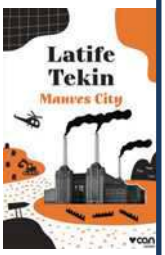
D&R'da En Çok Satan 10 İş Kitabı

1	İknanın Psikolojisi / ROBERT CIALDINI	Mediacat
2	Kendi Kendine MBA / JOSH KAUFMAN	Pegasus
3	Pazarlama 4.0 / PHILIP KOTLER	Optimist
4	Değer Odaklı Satış / ÜMİT ÜNKER	Ceres
5	Markethink ya da Farkethink / UĞUR BATI	Destek
6	Pazarlıkta Sen Kazan! / PATRICK COLLINS	Pegasus
7	Müzakere 101 / PETER SANDER	Say
8	Satışın Kutsal Kitabı / JEFFREY GITOMER	Mediacat
9	Marka Yaratmanın 22 Kuralı / AL & LAURA RIES	Mediacat
10	Tüketici Davranışı / YAVUZ ODABAŞI	Mediacat

D&R MUSIC BOOK STORE

KİTAPLARI

MANVES CITY



Türkçenin en önemli yazarlarından Latife Tekin, Manves City ve Sürüklenme'yle yaşadığımız acımasız ve hoyrat günlere ayna tutuyor. Kitap, yoksullaşan insanların, yok edilen doğanın, katledilen kadınların, kirlenen derelerin, yani günümüz Türkiye'sinin romanı. Latife Tekin, Manves City'de duru bir dille işsizleri, yoksulları, ağaçları, çocukları, bu büyük yıkıma direnenleri yazıyor.

KIŞ GELMEDEN / SEVDA DOLU BİR YAZ

Füruzan, 1997'de "Kış Gelmeden" öyküsünü, 2001'de ise "Sevda Dolu Bir Yaz" öyküsünü oyunlaştırdı. Devlet Tiyatroları'nda yaklaşık 200 kez sahnelenen bu oyunlar günümüzde de repertuarlarda yer alıyor ve sahneleniyor. Füruzan'ın daha önce defalarca sahnelenen bu oyunlarının metni ilk kez bir kitapta bir araya geldi.

KÖR DÖVÜŞÜ

Kör Dövüşü, farklı biçimlerde kuşatılmış kadınların, ailesine kırgın çocukların, hayal kırıklığına uğrayan eşlerin tahammül eşikleri aşıldığında ortaya koydukları iradi eylemin öyküsünü anlatıyor. Her hikaye incinmekten karar almaya ve nihayet öfkeye doğru uzanan yolun parçası olarak hayat buluyor. Farklı kültür ve sınıfsal kökenlerden gelenlerin deneyimleri, bu ortak duyguda kesişiyor.

vodafone

CEO CLUB'A NASIL KATILABİLİRSİNİZ?

CEO Club'a aşağıdaki şirket ve kurumların başkan ile CEO'ları katılabilir

TEMEL KRİTERLER

- ✓ En büyük 500 şirket (Capital500 ve İSO 500)
- ✓ Türkiye'de kurulu bankalar
- ✓ En büyük 20 sigorta şirketi (Prim miktarlarına göre)
- ✓ Faktoring şirketleri (Faktoring Derneği üyeleri)
- ✓ Leasing şirketleri
- ✓ Bireysel emeklilik şirketleri
- ✓ İlk 10 aracı kurum / İlk 10 portföy yönetim şirketi (İşlem hacmine göre)
- ✓ İlk 10 reklam ajansı ve ilk 10 medya satın alma şirketi

KATILIM:
Giriş katkı: 3.000 TL Yıllık katkı: 1.300 TL

CEO CLUB'DAN AYRILMA

- ✓ 1 yıl boyunca 3 ve daha fazla etkinliğe katılmayanlar üyelikten çıkmış kabul edilir.
- ✓ 1 yıl boyunca anket ve araştırmalara yanıt vermeyenlerin üyeliği sona erer.
- ✓ Emekliye ayrılıp aktif iş hayatlarını bırakanların üyeliği 1 yıl sonra sona erer.
- ✓ Görevinden ayrılan CEO'ların üyeliği, yeni işine kadar devam eder.
- ✓ Görevinden ayrılıp kendi işini kuran ya da danışmanlığa geçenlerden, 500'e giremeyen CEO'ların üyeliği 1 yıl içinde sona erer.

ETKİNLİKLER

- ✓ CEO CLUB etkinlikleri, üyelere açık ve ücretsizdir.
- ✓ CEO Club, üyeleriyle kahvaltı ve öğle yemeklerinde, özel konuşmacılı toplantılarda buluşur.
- ✓ İş konuşmalarının yapıldığı toplantılar dışında CEO Golf Weekend ve CEO Müzik Buluşması gibi etkinlikler de gerçekleştirir.
- ✓ Bu etkinlikler, ana sponsor ve etkinlik sponsorlarının desteğiyle düzenlenir.

ANKET / ARAŞTIRMALAR

✓ CEO Club üyelerinin katılımıyla her yıl düzenli anketler gerçekleştirilir. Bu anketlerde amaç, Türkiye'nin en güçlü şirketlerini yönetenlerin gündemini, hedeflerini ve sorunlarını ortaya koymaktır. Aynı zamanda "içerik paylaşımı" ve "kıyaslama yapma" şansı sağlamaktır. Bu amaçla şu çalışmalar yapılır:

1. CEO PROFİL CEO'ların geleceğe bakışlarını ortaya koyan CEO Profil anketi. Capital'de yayınlanır.

2. CEO EKONOMİ AJANDA Ekonomiye bakış, yatırım ve planlama gibi konuları sorgular. Ekonomist'te yayınlanır.

3. CEO YAŞAM ARAŞTIRMASI Capital'de yayınlanır ve iş dışı hayatı sorgular.

4. CEO MARKA ANKETİ CEO Life dergisinde yayınlanır ve tercih edilen markaları ortaya koyar.

YENİ PROJELER Ekonomi ve iş dünyasının gündemine, üyelerden gelen taleplere göre yeni anketler eklenebilir.

CEO CLUB BAŞKANI Başkanlığı, kuruluşundan bu yana **AKIN ÖNGÖR** yürütmektedir.

BAŞVURU Kriterleri uyan CEO, genel müdür ve başkanlar, başvurularını **rates@capital.com.tr** adresine yapabilir.

fikirmedya*

YENİ NESİL YATIRIM, BİTCİ.COM İLE TANIŞIN!

- İşlem Raporları ve Analizleri
- Potansiyel Kazanç Grafikleri
- Kar - Zarar Tabloları
- Şeffaf İşleyiş Yapısı
- Etkin Arayüz
- 7 / 24 Açık Sistem
- Yüksek Güvenlikli Kullanıcı Hesabı
- Minimum Komisyon Maksimum Hız

www.bitci.com

bitcicom

Bitci.COM

vodafone

CEOClub'ın en son üye profili

BAŞVURU İÇİN (rates@capital.com.tr)

Yönetici	Şirket
Abdullah Kavukçu	Simit Sarayı
Abdullah Kaya	Bluecap
Abdullah Kiğılı	Kiğılı
Adan Acar	Doğuş Otomotiv
Adalet İnanç	Etsun
Adil Tekin	Sanko Enerji
Adnan Bali	İş Bankası
Adnan Öztürk	Arcelormittal
Agah Uğur	Boruşan Holding
Ahmet Akbalık	Özak Grubu
Ahmet Ceyhan Hancıoğlu	HDI Sigorta
Ahmet Çosar	*
Ahmet Danışman	*
Ahmet Dördüncü	Akkök Holding
Ahmet Erciyas	Erciyas Boru
Ahmet Erdem	Shell Türkiye
Ahmet Kibar	Kibar Holding
Ahmet Kocabıyık	Borusan Holding
Ahmet Musul	Ekol Lojistik
Ahmet Pandır	*
Ahmet Peçen	Dinamo
Ahmet Sezer	Inteltek
Ahmet Sönmez	Setur
Ahmet Şefik Öngün	Gantek
Ahmet Tekten	Özlem Et
Ahmet Toksöz	Sanovel
Ahmet Ünlü	MCD Pharma
Ahmet Yiğitbaşı	Yaşar Grubu
Ahmet Zorlu	Zorlu Grubu
Akın Öngör	Başkan
Alexander Sinigibskiy	Tez Tour
Ali Bilaloğlu	Doğuş Otomotiv
Ali Çalışkan	Kordsa
Ali Ercan Bütün	Troy Kıymetli Maden
Ali Fuat Taşkesenlioğlu	SPK
Ali Güven	Value Partners
Ali Haydar Bozkurt	Toyota Türkiye
Ali Kibar	Kibar Holding
Ali Murat Dinç	Burganbank Türkiye
Ali Murat Yeşilyurt	Alpet
Ali Özdoğan	Özdoğan Grup
Ali Pandır	*
Ali Sözen	Ak Gıda
Ali Ülker	Ülker
Alize Dinçkök	Akkök Holding
Alp Günvaran	Prometeon
Alp Keler	Akbank
Alper Avdel	Vaillant Group Türkiye
Alper Peker	Aksa Jeneratör
Alpaslan Karakan	Doğuş Çay
Alpaslan Korkmaz	Kayı
Altuğ Aksoy	Anadolu Grubu
Altunç Kumova	Destek Faktoring
Anar Mammadov	Petkim
Anıl Ünan	Kalibre Boru
Arda Oktay	Dora İletişim
Arzu Aslan Kesimer	Tat
Arzu Ünal	Y&R
Arzuhan Doğan Yalçındağ	Doğan Holding
Aslan Uzun	STFA
Ata Köseoğlu	Sabancı Holding
Atalay Gümrah	Eczacıbaşı
Atalay Şahinoğlu	*
Atasay Kamer	Atasay Kuyumculuk
Atilla Köksal	Unlu Co
Atilla Kurama	*
Atilla Özkul	Deichmann
Avni Kiğılı	Hayat Kimya
Aydın Ersöz	Innova
Aydın Güneş	THY Opet
Ayhan Yavrucu	Alarko
Aykan Sözücetin	Penguen Gıda
Aykut Demiray	Akbank
Aylin Somersan Coqui	Allianz Türkiye
Ayşen Esen	İstanbul Altın Rafinerisi
Ayşegül Gülgör	Garanti Filo
Aytaç Biter	Toshiba Türkiye
Avşın Kaşıkçı	Kavukçu Grubu
Aziz Torun	Torunlar
Babür Çelebi	Esas Holding
Bahadır Gören	*
Bahadır Pekkan	Comdata Türkiye
Banu Başar	Bank of America
Baran Demir	Polat Holding
Barbaros Çıtmacı	*
Barış Kemal Tezmen	Yargıcı
Batuhan Besler	George Fischer
Baturalp Pamukçu	Türk Nippon Sigorta
Bedri Eşsiz	Şeker Factoring
Begümhan Doğan Faralyalı	Doğan Holding
Berk Çağdaş	Renault Türkiye
Berna Ülman	Visa
Berra Doğaner	Turkish Yatırım
Berrin Önder	Logos Portföy
Bilal Aslan	Akfel Holding
Bilgehan Anlaş	JTI
Birol Vural	Mondi Group
Bora Koçak	Çelik Motor
Bozkurt Göteli	Yapı Kredi Faktoring
Buğra Sükan	Dentaş
Burak Aydın	Sabancı Holding
Burak Cem	Novo Nordisk Sağlık Ürünleri
Burak Kızılhan	AE Arma-Elektropanç
Burak Latif Latifoğlu	Şeker Leasing
Burak Özbay	Mobimark
Burak Özer	Xerox
Burcin Ressamoğlu	*
Burhan Karaçam	BKPartnership
Burhan Karahan	Onduline
Bülend Özaydınlı	*
Bülent Altınel	ING Menkul
Bülent Başaran	Boyner Büyük Mağazacılık
Bülent Demircioğlu	Borusan
Bülent Denkdemir	ES Yatırım
Bülent Gürcan	Teknosa
Bülent Özayaz	Verifone
Bülent Sevinç	*
Bülent Taşar	Siemens Leasing
Bülent Yar	Mindshare
Cafer Fındıkoğlu	*
Cahit Çetin	Tariş
Cahit Durmaz	*
Cahit Paksoy	*
Can Ersöz	Aydın Örme
Can Piyale	*
Can Ü. Kantül	*
Can Ünalan	Ünlü Co
Canan Ediboğlu	ING Bank
Canan Özsoy	General Electric Türkiye
Canan Sanalan	McCann
Candan Karabağlı	İnci GS Yuasa
Cansen Başaran Symes	Allianz Yaşam ve EmeK.
Cavit Akşehirlioğlu	Aksis
Cem Aşık	Enerjisa Üretim
Cem Başar	Doğan Burda
Cem Boyner	Boyner
Cem Cihan	Marbaş
Cem Eriç	D&R
Cem Hakko	Vakko
Cem Kurt	Tamek
Cem Önce	*
Cem Pasinli	*
Cem Topçuoğlu	TBWA
Cemal Ererdi	Ethica Sigorta
Cemal Kişmir	BNP Paribas Cardif
Cemal Onaran	Garanti
Cemal Özen	Onur Market
Cemalettin Sarar	Sarar
Cengiz Taş	Aksa
Cenk Alper	Sabancı Holding
Cenk Bayrakdar	Revo
Cenk Çimen	Koç Holding
Cenk Erten	Sekar Filo
Cenk Eynehan	PASHA Bank
Cenk Kıvılcım	Cisco Türkiye
Cenk Serdar	Saudi Telecom
Cenk Tabakoğlu	Unico Sigorta
Cenk Ulukartal	İntegral Menkul Değerler
Cevdet Alemdar	Brisa
Ceyda Çarmıklı Kılıçaslan	Nurol GYO
Charlotte Lamprecht	Casper
Cihan Kamer	Atasay Kuyumculuk
Claus Lassen	DHL Türkiye
Colman Deegan	Vodafone Türkiye
Coşkun Yılmaz	Kayı İnşaat
Cüneyt Ağca	OPET
Cüneyt Akpınar	Burgan Leasing
Cüneyt Ali Turgut	Mega Metal
Cüneyt Genç	CG Business
Cüneyt Yavuz	Mavi Jeans
Çağatay Aynur	Turkcell Global Bilgi
Çağatay Baydar	TEB Factoring
Çetin Nuhoğlu	Tırsan
Çetin Yalçın	*
Çevik Perker	*
Damla Birol	Türk Tuborg
Danis Navaro	Monier
Davut Doğan	Doğtaş Kelebek
Defne Tozan	IBM Türkiye
Demet Çetindoğan	Demsa
Demet Mutlu	Trendyol
Demirhan Şener	Multinet
Derya Gürerk	*
Derya Hatipoğlu	Asaş Alüminyum
Devrim Karaaslanlı	LİV Koleji
Didem Gordon	*
Dilek Başarır	*
Ebru Dorman	MV Holding
Ece Kaşıkçı	BMS
Edip İlkbahar	Hillside
Egemen Demirtaş	Elda Dağıtım
Egemen Kaya	Alnus Yatırım
Ekrem Akyiğit	Collezione
Ela Çubukçu	Brightstar
Elif Çapa	Beymen
Elif Çoban	Şölen
Elif Kağıtçabaşı Pıdık	Avery Dennison
Emin Birsel	Yıldız Holding
Emin Fadıllıoğlu	GSK Türkiye
Emin Hitay	Hitay Holding
Emin Sazak	Yüksel Holding
Emine Kamışlı	Esas Holding
Emir Alpay	Yapı Kredi Portföy
Emre Buğday	Chubb
Emre Hantaloğlu	Lenovo Türkiye
Emre Kurttepeli	Mynet
Emre Narin	Narin Grubu
Emre Sarar	Sarar Grubu
Emre Zorlu	Zorlu Holding
Emrullah Akçakaya	Dedeman
Ender Çolak	Baymak
Engin Aksoy	Vodafone Türkiye
Engin Aykol	Nurol Makina ve Sanayi A.Ş
Engin Tunçay	DFD Logistics
Ercüment Ünal	*
Erdal Aksoy	Aksoy Holding
Erdal Çelik	Lotus Enerji
Erdal Karamercan	Eczacıbaşı
Erdem Çenesiz	Ece Grubu
Erdem Koçak	Henkel
Erden Timur	NEF İnşaat
Erdinç Varlıbaş	Varyap
Eren Günhan Ulusoy	Ulusoy Un
Ergun Hepvar	Olmuksan
Ergun Özen	Garanti Bankası
Erhan Adalı	Yapı Kredi
Erhan Baş	*
Erhan Bostan	A101
Erhan Kamışlı	Esas Holding
Erhan Özçelik	L'occitane En Provence
Erhan Topaç	Gedik Yatırım
Erkan Kafadar	Borçelik
Erkan Pehlivan	*
Erman Akgün	Hitachi Türkiye
Erman Atasoy	Abdi İbrahim
Erol Bilecik	Index/TÜSİAD
Erol Mizrahi	Polisan
Erol Tabanca	Polimeks
Ersel Göral	Sabiha Gökçen Havaalanı
Ersin Kenan Kayalar	Kayalar Kimya
Ersin Serbes	Doğtaş Kelebek
Esin Güral	Güraller
Esen Tümer	Medronic Türkiye
Eşref Biryıldız	Borusan Otomotiv
Eşref Hamamcıoğlu	Up Danışmanlık
Evrim Aras	Araş Kargo
Eyüp Aratay	İpragaz
Faik Açıkalın	*
Faik Ulutaş	Mensa
Faik Ünaldı	Polinas
Faruk Çelik	EYG
Faruk Eczacıbaşı	Eczacıbaşı
Faruk Ekinci	Ekinci Holding
Faruk Güler	ESBAŞ
Fatih Karaca	Karaca
Fatih Korhan	*
Fatih Öztürk	Bilfen Grubu
Fatih Torun	Yapı Kredi Leasing
Fatma Durmaz Yıldırlik	Durmazlar Makine
Fatmagül Cengaver	Amcor Flexibles
Felix Faber	Shell&Turcas
Ferit Şahenk	Doğuş Grubu
Ferruh Tunç	Tunç Havalandırma
Fettah Tamince	Rixos
Filiz Akdede	HP Türkiye
Fırat Kuruca	Avivasa
Fuat Adoran	Ceva Logistics
Fuat Erbil	Garanti Bankası
Fuat Tosyalı	Tosyalı Grup
Galip Eğretli	Eğretli Gıda Tekstil
Galip Yorgancıoğlu	MEY İçki
Galya Molinas	Coca Cola
Gamze Cuhadaroğlu	Danone Hayat Su
Garip Sahillioğlu	Mars Lojistik
Gavin Hudson	Anadolu Efes
Gökalp Çak	Netlog
Gökay Yavuz	MNG Faktoring
Gökhan Akça	Zer Media
Gökhan Bilgiç	BAT Türkiye
Gökhan Bozkurt	Nuh Çimento
Gökhan Erün	Yapı Kredi
Gökhan Gürcan	Acıbadem Sigorta
Gökhan Mendi	TEB
Gökhan Öğüt	Maxis
Gökhan Özdöl	Diversey
Gökhan Özer	Global Yatırım
Göksel Aybek	Akkord
Göksel Paker	Mutlu Akü
Göksin Durusoy	Akiş Gayrimenkul
Göktekin Dinçerler	Türkven
Görgün Özdemir	Otokoç Otomotiv
Güldem Berkman	Amgen Türkiye
Gülden Yılmaz	Koton
Güler Sabancı	Sabancı Holding
Gülsevin Yılmaz	Yapı Kredi Yatırım
Gülsüm Azeri	*
Gültekin Aksüyek	Limak Çimento
Güngör Kaymak	HP Enterprise
Gür Çağdaş	Doğuş Holding
Gürcan Karakaş	TOGG
Gürhan Kalelioğlu	Oracle Türkiye
Gürhan Pasinli	*
Haci Beğendik	Beğendik Grubu
Hakan Akbaş	Albright Stonebridge
Hakan Ateş	Denizbank
Hakan Avdan	Invest AZ
Hakan Bayman	Bridgestone Europe
Hakan Behlil	*
Hakan Binbaşgil	Akbank
Hakan Bulgurlu	Arçelik
Hakan Gerdan	Schott Türkiye
Hakan Göral	Tekfen
Hakan Keleş	Sertrans
Hakan Kırımlı	*
Hakan Koçak	Koçak İlaç
Hakan Saner	Bekaart
Hakan Tiftik	Borusan Otomotiv
Hakan Urhan	DW Türkiye
Hakan Yaşar	*
Haluk Dincer	Sabancı Holding
Haluk Karabatak	Philips Türkiye
Haluk Yalçın	PWC Türkiye
Haluk Yıldız	Kastamonu Entegre
Hamdi Akın	Akfen
Hamdullah Ceylan	Gedik Yatırım
Hamdullah Eren	Modern Karton
Hamit Aydoğan	*
Hasan Abdullah Özkan	Elita Gıda
Hanzade Doğan Boyner	Doğan Holding
Harm Goossens	Unilever
Hasan Alemdar	Henkel Türkiye
Hasan Arat	Capital Partners
Hasan Gümüş	Yayla Agro Gıda
Hasan Önder	Daikin Türkiye
Hasan Süel	Vodafone Türkiye
Hasan Vatan	Vatan
Hasan Yalınkaya	Goldaş
Hasan Yıldırım	Temsa
Hasip Gencer	Doruk Gıda
Haşim Işık	Doğan Dış Ticaret
Hayati Kaya	Kale Oto
Haydar Yenigün	Ford Otosan
Hayrettin Çaya	Sarkuysan
Hazım Ellialtı	Şölen
Hilal Süerdem	Kiğılı
Hilmi Uytun	Hafele
Houmer Balazadeh	Yudum Gıda
Hulki Kara	Garanti Faktoring
Hulki Yalçın	Milli Reasürans
Hulusi Acar	Hulusi Acar
Hulusi Derici	Marka
Humphry Hatton	Deloitte Türkiye
Hursit Zorlu	Anadolu Grubu
Hürkan Donat	YPS
Hüseyin Aydın	Ziraat Bankası
Hüseyin Bozkurt	Medicana
Hüseyin Çeliker	Inovnano
Hüseyin Durmaz	Durmazlar Makine
Hüseyin İmece	ICBC
Hüseyin Özdilek	Özdilek
Hüseyin Yücel	Bahçeşehir Koleji
Hüsnü Akhan	Doğuş Grubu
İbrahim Aybar	*
İbrahim Dölen	Borusan Lojistik
İbrahim Erdemoğlu	Merinos
İbrahim Hattat	Hattat Grubu
İbrahim Kamburoğlu	Çelebi Holding
İbrahim Minareci	*
İbrahim Tuza	Pakpen
İdil Yiğitbaşı	Yaşar Holding
İhsan Ateş	DeFacto
İhsan Gülay	Gülaylar
İhsan Karagöz	Mondelez International
İhsan Necipoğlu	Dow Türkiye
İlhami Koç	Anadolu Sigorta
İlhan Çekok	Çekok AŞ
İlker Aya	THY
İnanç Dedebaş	Publicis One
İpek Ilıcak Kayaalp	Rönesans Grup
İsfendiyar Zülfikari	Turkuaz Petrol
İsmail Çoban	Şölen
İsmail Polat	Tyhssen Krupp
İzzet Garih	Alarko
Jaklin Güner	Vakko

EVİNİZ GÖLE KAÇ ADIM?

Mesa Orman'da bir şehir ormanının yanı başındaki evinizde,
doğal bir göle birkaç adım uzakta yaşamanın da keyfini çıkaracaksınız.

Gerçek fotoğraftır.

444 9 366
mesaorman.com

mesa MESKEN

mesa ORMAN
ÇUBUKLU

vodafone

Yönetici	Şirket
Jan Nahum	Hexagon
Jeki Mizrahi	Korozo
Joachim Hensch	Hugo Boss Türkiye
Kaan Gür	Alternatif Bank
Kaan Kavaloğlu	Limak Hotels
Kaan Özkan	Çemaş
Kağan Dağtekin	Borusan Otomotiv Premium
Kağan Yaşa	BNP Paribas
Kahraman Günaydın	Deniz Leasing
Kamil Başaran	Norm Holding
Kamil Eser	Anadolu Otomobil Grubu
Kamil Güdü	Oracle EMEA
Kamuran Uçar	Unilever
Kamuran Yazganoğlu	*
Karim Raydan	JTI Türkiye
Kasım Akdeniz	Kredi Kayıt Bürosu
Kemal Erdoğan	Sönmez Holding
Kemal Gecer	Lufthansa
Kemal Görgünel	SIO Automotive
Kemal Kaya	Blackstone
Kerem Çakır	Borçelik
Kıvanç Memişoğlu	Integral Menkul Değerler
Kıvanç Zaimler	Sabancı Holding
Korhan Korel	*
Korhan Kurdoğlu	Ata Grubu
Kürşat Demircioğlu	Yaysat
Kutay Kartallıoğlu	Carrefoursa
Lale Saral Develioğlu	Pladis Global
Latif Latifoğlu	Şeker Leasing
Levent Çakıroğlu	Koç Holding
Levent Çelebioğlu	Akbank
Levent Erden	Next Academy
Levent Kömür	MEY İçki
Levent Şişmanoğlu	*
Levent Ulucaçecen	Quick Sigorta
Lütfi Aygüler	Balcon Dış Ticaret
Mahmut Erdemoğlu	Quick Sigorta
Mallik Rao	Vodafone
Marco Votta	Türk Traktör
Mehmet Aktaş	Yaşar Holding
Mehmet Ali Akarca	Koç Sistem
Mehmet Ali Aydınlar	Acabadem
Mehmet Ali Berkman	Akkök Holding
Mehmet Ali Ersarı	Ak Portföy
Mehmet Ali Yalçındağ	MayTech Grubu
Mehmet Arif Ozozan	Gama Holding
Mehmet Attila	*
Mehmet Başer	McKinsey
Mehmet Betil	Borçelik
Mehmet Bostan	*
Mehmet Buldurgan	MBCO
Mehmet Büyükekşi	TİM Başkanı
Mehmet Ersoy	ETS
Mehmet Göçmen	Sabancı Holding
Mehmet Hacıkamiloğlu	*
Mehmet N. Erten	Burganbank Türkiye
Mehmet Nalbantoğlu	*
Mehmet Özdemir	YoufirstSports
Mehmet Özkaya	Gürteks
Mehmet Pekarun	CHR
Mehmet Sancak	Sancak Group
Mehmet Semih Söylemez	AGT
Mehmet Sezer	Xerox
Mehmet Sezgin	Sezgin Payment
Mehmet Sindel	Bilyoner
Mehmet Songör	Makro Market
Mehmet Sönmez	*
Mehmet Şakir Can	Enerji Petrol
Mehmet T. Nane	Pegasus
Mehmet Tara	Enka Holding
Mehmet Tombalak	Netaş
Mehmet Tütüncü	Yıldız Holding
Mehmet Y. Yılmaz	Hürriyet
Mehmet Yokcu	Yıldız Holding
Mehmet Ziylan	Ziylan Grubu
Meltem Kurtsan	MK Danışmanlık
Meltem Bakiler Şahin	Vodafone
Meral Eredenk	Sabancı Holding
Meral Zaim	İnci Holding
Merih Ceyhan	Polinas
Mert Büyükyazgan	3M
Mert Erdoğmuş	Ak Yatırım
Mert Yazıcıoğlu	Yapı Kredi
Merve Tezel	Visa Türkiye
Mesut Işıl	Işıl Tekstil
Mesut Koyuncu	Modern Ambalaj
Mete Buyurgan	Ülker Bisküvi
Mete Ekin	Bridgestone
Mete Güney	Mastercard
Mete Uğurlu	İş Yatırım
Metin Ar	Boyner Group
Metin Canoğulları	EY Türkiye
Metin Işıl	Işıl Tekstil
Metin Ölken	Pupa Bilişim
Mine Ayhan	Generali Sigorta
Muhammed Fatih Erdem	Erdem Holding
Muharrem Geylan	Gilan
Muharrem Yılmaz	Sütaş

Yönetici	Şirket
Murat Alsan	KPMG Türkiye
Murat Atay	Garanti Mortage
Murat Erkan	Turkcell
Murat Gigin	Tekfen Holding
Murat İlbak	İlbak Holding
Murat Kolbaşı	Arzum
Murat Kösereisoğlu	Securitas
Murat Mutlu	*
Murat Okalın	Starpet
Murat Özyeğin	Fiba Holding
Murat Şahsuvaroğlu	Şahsuvaroğlu Oto
Murat Tarakçıoğlu	Cargill Türkiye
Murat Tarman	Tarman Group
Murat Vargı	KVK Grubu
Murat Yılmaz	Hitachi Europe
Musa Aykaç	*
Mustafa Alaca	Autoliv
Mustafa B. Besler	George Fischer Hasan Plas.
Mustafa Bayraktar	Bayraktar Holding
Mustafa Boydak	Boydak
Mustafa Çamlıca	*
Mustafa Karakuş	*
Mustafa Özcan	Petlas
Mustafa Seçkin	Unilever
Mustafa Şefik Tüzün	Votorantim Çimento
Mustafa Taviloğlu	Mudo
Mustafa Yılmaz	*
Muzaffer Akpınar	Dost Enerji
Müge Öner	Türkiye Finans Katılım
Müjdat Altay	Netaş
Müjdat Uslu	Genpower
Mükremin Eraslan	Diniz Johnson Controls
Mükremin Sarıer	*
Mürsel Özçelik	Penta
Müştik Yamantürk	Güriş Holding
Naci Başerdem	Doğuş Grubu
Naci Faydasıçok	Has Çelik
Nafi Güral	NG Grubu
Nahit Kiler	Kiler
Namık Aksel	HSBC Türkiye
Necdet Kileci	Kileci Tekstil
Nedim Eşgin	Nedes
Nevra Özhatay	*
Nevzat Aydın	Yemeksepeti
Nezih Barut	Abdi İbrahim İlaç
Nihat Kartal	Sofra Grup
Nihat Kırmızı	Doğa Sigorta
Nihat Özdemir	Limak Holding
Nilgün Keleş	Sertrans
Niyazi Önen	Dardanel
Norbert Klein	BSH Ev Aletleri
Nur Sakarya	STS Elektronik
Nurgün Eyüboğlu	Yapı Kredi
Nuri Düzgören	Yünsa
Nuri Özkaya	Eti
Nuri Öztaşkın	Yataş
Nusret Kayhan Apaydın	Viko
Nüzhet Atabek	FİDEAS
Oğuz Özel	Orange
Oğuz Uçanlar	McDonalds Türkiye
Oktay Mersin	Sadık Grup
Olcay Sunucu	Yörsan Gıda
Onat Angı	Aves Enerji Yağ ve Gıda Sanayi
Onur Takmak	RHEA
Onur Topaç	Gedik Yatırım
Orhan Korkusuz	İhlas Pazarlama
Orhan Turan	ODE Yalıtım
Orkun Gül	Avon Türkiye
Osman Arar	Orka
Osman Arslan	Halk Bankası
Osman Çelik	Hazine Müsteşarlığı
Osman Zeki Özger	*
Oya Coşkunöz	Coşkunöz Holding
Öget Kantarcı	Ebay Türkiye
Ömer Aras	Finansbank
Ömer M. Baktır	*
Ömer Bozer	Koç Holding YKÜ
Ömer Enes Berse	Astay Yatırım
Ömer Eryılmaz	Yatırım Finansman
Ömer Mert	Fibabanka
Ömer Taviloğlu	Mudo
Ömer Yenidoğan	TEB
Ömer Yüngül	Zorlu Holding
Önder Halisdemir	Kanyon Capital
Önder Matlı	Matlı Yem
Önder Öztarhan	Vepa Group
Önder Sönmez	Nokia Türkiye
Önder Türkmen	Türkmen Grubu-ACT Tekstil
Özcan Tahincioğlu	Tahincioğlu
Özcan Türkakın	*
Özer Ertekin	*
Özge Doğan	Lanxess Kimya
Özgen Özkan	Franke
Özgür Akayoğlu	Destek Faktoring
Özgür Altuntaş	Nurolbank
Özgür Günaydın	Borusan Makine
Özgür İncekara	İncekara Holding

Yönetici	Şirket
Özgür Maraş	*
Özgür Soy	Kumport
Özgür Tohumcu	Ericsson Türkiye
Özgür Tort	Migros
Özgür Umut Eroğlu	*
Paul Doany	Türk Telekom
Pelin Eriştiren İncesu	AstraZeneca
Pelin Lokmanhekim	Alease
Pembe Candaner	*
Philipp D. Haas	Deva Holding
Pınar Abay	ING Bank
Piraye Antika	Enkuba Teknoloji
Polat Gülman	Gülman İnşaat
Raif Dinçkök	Akkök Holding
Recep Akkaya	*
Recep Atakan	*
Recep Duray	SBN Sigorta
Rengin Ekmekçioğlu	Kauçuk Otel Resorts
Rıza Işık	Işıklar
Rıza Kutlusoy	İş Yatırım
Sabri Özcan	Petlas
Sabri Ünlütürk	Sun Holding
Sabri Yiğit	Digicom
Sadettin Saran	Saran Holding
Safa Bayar Yavuz	Asaş Alüminyum
Saffet Karpat	Sütaş
Sait Koca	Bey Piliç
Salih Albayrak	ALB Foreks
Sami Nacaroğlu	Okar Otomotiv
Sami Özdağ	Saray Holding
Sani Şener	TAV
Sarper Özten	*
Savaş Divanlıoğlu	Saxo Capital
Seba Gacemer	Sinpaş GYO
Sebahattin Yaman	Telpa
Sedat Özgür	Kale Kilit Grubu
Sedef Orman	Derimod
Selahattin Hakman	Garanti Koza
Selçuk Tümay	Pernord Ricard
Selda Oknas	AON Türkiye
Selen Kocabaş	Simit Sarayı
Selen Zorlu Melik	Zorlu Enerji
Selim Baybaş	Ditaş
Selim Bergsen	Bergsen Marine
Selim Kervancı	HSBC Türkiye
Selim Siper	Petrol Ofisi
Selim Taşo	Allianz Healthcare
Selim Yazıcı	TEB Portföy
Selman Bilal	Bilsar
Selnur Güzel	CPP
Semih Ergür	IC Holding
Serdar Akyürek	Akyürek Grubu
Serdar Bölükbaşı	Anadolu Grubu
Serdar Sayar	*
Serdar Seyhanlı	Erikli & Nestlé Waters
Serdar Sümer	Aktifbank
Serdar Urçar	Netaş
Serhat Çetin	Güneş Sigorta
Serkan Barış	AstraZeneca
Serpil Timuray	Vodafone Türkiye Başkanı
Serra Akçaoğlu	Citibank Türkiye
Sertaç Özinal	Repandtile
Sertaç Ünal	Özdilek Grubu
Servet Akkaynak	Hoover Türkiye
Servet Taze	Şekerbank
Servet Topaloğlu	Nord Holding
Sevan Şahingöz	Netcell
Sevgür Arslanpay	Sarkuysan
Seymur Tarı	Turkven
Sezai Tanrıverdi	Anadolu Grubu
Sinan Ak	Zorlu Enerji
Sinan Kılıçoğlu	T Systems
Sinan Öncel	Terteks
Sinan Özkök	Nissan Türkiye
Sinan Şahinbaş	Finansbank
Soner Canko	BKM
Soner Cesur	Arvato Türkiye
Soner Çaşur	Interpay
Steven Young	Bosch Türkiye
Suat Atalay	Metegroup-Karsan
Suzan Sabancı Dinçer	Akbank
Süha Güçsav	Akfen
Süha Taspolatoğlu	Abdi İbrahim
Süleyman Orakçıoğlu	Orka
Süreyya Ciliv	SySTEM
Şaban Erdikler	Erdikler
Şahap Sarier	Akçansa
Şahin Eroğlu	Colins
Şahin Nursaçan	Boytaş
Şekip Akyürek	Akyürek
Şelale Zaim	İnci Holding
Şenol Şankaya	Yeşim Tekstil
Şükrü Çin	Besler
Şükrü Demirayak	Dempaş
Şükrü Erdem	Leoni
Şükrü Ergun	Jotun Boya
Şükrü Kutlu	Türk Telekom

Yönetici	Şirket
Tahsin Yılmaz	Oger Telecom
Tamer Özmen	Microsoft
Tamer Saka	Sabancı Holding
Tamer Yürükoğlu	*
Taner Ayhan	*
Taner Işık	Atradius
Tankut Turnaoğlu	PG Türkiye
Tansu Yeğen	Uipath Türkiye
Tayfun Bayazıt	Marsh Türkiye
Tayfun İşeri	Çolakoğlu AŞ
Tayfun Küçükoğlu	Betek Boya
Tayfun Öktem	*
Taylan Türkölmez	Allianz Yaşam ve Emeklilik
Temel Güzeloğlu	Finansbank
Temel Kotil	TAİ
Tevfik Bilgin	Nuh Çimento
Tevfik Eraslan	İş Portföy
Tibet Eğrioğlu	Adecco
Tolga Koyuncu	HSBC Yatırım
Tolga Ulutaş	Akbank
Tufan Ünal	Batıçim
Tuğrul Ağırbaş	Anadolu Efes
Tuğrul Arıkan	Anadolu Isuzu
Tuğrul Fadıllıoğlu	*
Tuğrul Tekbulut	Logo
Tuna Armağan	Erkunt
Tuncay Karahan	AHL Forex
Tuncay Özilhan	Anadolu Grubu
Tuncer Akgün	Peyman
Turan Erdoğan	Vestel
Turgay Aytekin	Superlit Boru Sanayi
Turgay Durak	Koç Holding
Turgay Şarlı	*
Tülay Ağaoğlu	Panatel
Ufku Akaltan	UPS Türkiye
Ufuk Öztürk	Öztürk Grup
Uğur Doğan	*
Uğur Gülen	Aksigorta
Uğur Özden	Vianos
Uğur Sakarya	Borusan Otomotiv
Umut Zenar	Akçansa
Ülkü Özcan	Çimsa
Ümit Boyner	Boyner Holding
Ümit Karaarslan	Suzuki Türkiye
Ümit Kiler	Kiler
Ümit Leblebici	TEB
Ümit Zaim	Derimod
Ümran Beba	Pepsico
Ünal Gökmen	Garanti Leasing
Ünal Koçaman	CMS Group
Üstün Özbey	*
Vahap Küçük	Tema Tekstil
Vahit Altun	Finansal Kurumlar Birliği
Varol Civil	TEB
Vedat Aşçı	Astaş
Vedat Yakupoğlu	Yakupoğlu Tekstil
Vehbi Varlık	İnoksan
Veysel Memiş	Tat Bakliyat
Vural Ak	Intercity
Vuslat Doğan Sabancı	Doğan Holding
Wael Raies	Türkiye Finans Katılım
Yağız Eyüboğlu	Koç Holding
Yağmur Şatana	Doğan Holding
Yahya Uzdiyen	Suzuki Türkiye
Yalım Eriştiren	Vera Venture
Yaşar Arslan	Aksa Doğalgaz
Yavuz Bacaca	Lettra Teknoloji
Yavuz Erkut	*
Yenal Gökyıldırım	Media Saturn
Yılmaz Argüden	ARGE
Yılmaz Yıldız	Zurich Sigorta
Yılmaz Yılmaz	Koton
Yiğit Cağlayan	Mastercard Türkiye
Yiğit Gürçay	*
Yiğit Özkan	*
Yiğit Sezgin	Bilgili Holding
Yiğit Sardan	Saatchi
Yusuf Cemil Satoğlu	Tarsim
Yusuf Gökmen	Doğa Group
Yusuf Öztürk	Öztürk Holding
Yusuf Yeşilırmak	SBN Sigorta
Yusuf Ziya Gündüz	Multinet
Yüksel Yıldırım	Yıldırım Holding
Zafer Atabey	Borusan Mannesmann
Zafer Kurşun	İstinye Park
Zafer Kurtul	Abank
Zafer Sönmez	Varlık Fonu
Zafer Yıldırım	İstinye Park
Zeki Sarıbekir	Sarten
Zeki Sözen	Sözen Group
Zeki Şen	Garanti Yatırım
Zeynep Bodur Okyay	Kalebodur
Zeynep Fidan Soysal	ASF Otomotiv
Zeynep Erkunt Armağan	Erkunt
Ziya Akkurt	Nurol Bank
Ziya Erdem	Enerjisa
Ziya Yılmaz	DAP Holding

BAZILARI ÖNDEN GİDER

Yapı Kredi Portföy Yönetimi olarak bu sene de sektöre öncülük ettik.
Türkiye'nin seçkin finans kuruluşlarından biri olan
Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği'nden ve dünyanın saygın finans dergilerinden
"en iyi portföy yönetimi şirketi" dahil toplam sekiz ödül aldık.

Yurt içi ve yurt dışında başarısını kanıtlamış bir portföy yönetimi şirketiyle
çalışmak isteyen herkesi bekleriz.

Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği
Portföy Yönetim Faaliyeti
Emeklilik Yatırım Fonları Getiri Lideri, 2017

Global Brands Magazine
Yatırım Ödülleri
En İyi Portföy Yönetimi Şirketi, Türkiye 2018

Business Vision Magazine
En İyi Yatırım Stratejisi, Türkiye 2018

International Business Magazine
En İyi Portföy Yönetimi Şirketi, Türkiye 2018

Wealth & Finance International
En İyi Portföy Yönetimi Şirketi, Türkiye

Wealth & Finance International
Emeklilik Fon Yönetiminde Saygın Lider, Türkiye

Global Business Outlook
En İyi Portföy Yönetimi Şirketi, Türkiye 2018

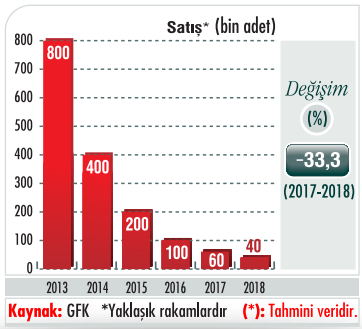
Global Business Outlook
En İyi Emeklilik Fon Yöneticisi, Türkiye 2018

YapıKredi
Portföy Yönetimi

HAZIRLAYAN:
NİL DUMANSIZOĞLU / ndumansizoglu@capital.com.tr

FOTOĞRAF MAKİNESİ

6 yılda büyük düşüş



Kaynak: GFK *Yaklaşık rakamlardır (*): Tahmini veridir.

YIKICI ETKİ

SATIŞ Dijital fotoğraf makinesi sektörü 2013 yılından beri daralan bir trend izliyor. Bu daralmadaki en önemli unsur ise akıllı telefonların satış hacmindeki artış. 2013 yılında satılan fotoğraf makinesi adedi 800 bin adet civarlarındayken bu rakam bugün yüzde 95'e yakın düşüş göstererek 40 binlere gerilemiş durumda.

FİYAT Akıllı telefonların fotoğraf çekme özelliğinin sürekli gelişmesinin fotoğraf makineleri satışları üzerindeki negatif etkisi çok çarpıcı. Buna, 2018'de fiyat artışları da eklendi. GFK Global Müşteri Direktörü Barbaros Sel, "Aylık küçülme oranları normal şartlarda yüzde 35 seviyelerindeyken yükselen fiyatların da etkisiyle 2018'de yüzde 45'in üzerinde gerçekleşti" diyor.

SEGMENTLER Sel, sektördeki trendleri şöyle anlatıyor: "'Fixed Lens' segmentinin 2013'ten 2015'e geçişte yüzde 50'nin üzerinde daraldığı ve bu küçülme trendini 2018'e kadar benzer şiddette sürdürdüğü görülüyor. Fiyat trendine baktığımızda ise haziranda başlayan kur artışının kademeli olarak fiyatlara yansıdığı, eylül ayına gelindiğinde ise ortalama fiyatın yüzde 20'nin üzerinde bir artışa uğradı. Bu dönemde 600 dolar üzeri satışlar daralarak 600 dolar altında kalan fiyat aralıklarında hacim artışı gözlemlendi."

AKILLI TELEFON

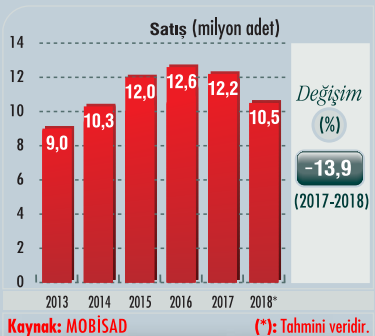
KUR ETKİSİ

DÜŞÜŞ Yılın ilk 10 ayında, akıllı telefon satışları ciro bazında yaklaşık yüzde 12 oranında bir artış gösterirken adette yüzde 15 düştü. 10 ayda yaklaşık 8,3 milyon adeti aşan satış gerçekleştirildi ve yaklaşık 20 milyar TL ciro elde edildi. Yıl sonunda, 10 milyon 500 bin adetle satışta daralma bekleniyor.

NEDENLER Geçen yıla göre adet düşünündeki en büyük etkenin kurlardaki artışa bağlı olarak cihaz fiyatlarının çok fazla yükselmesi ve BDDK'nın cep telefonlarına yönelik taksit düzenlemesi olduğunu söyleyen MOBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Kemal Turnacı, "Döviz kurlarındaki artışa bağlı olarak beklentinin üzerinde gelen zamlarla cep telefonu birim fiyatları, ortalama 1.800 TL'den 2 bin 250 TL'ye geldi" diyor.

BEKLENTİ 2019 yılında sektörel sorunlar giderildiğinde sektörün daha hızlı büyüyeceğini de belirten Turnacı, şöyle konuşuyor: "2017'de 2016'ya göre yüzde 6 daralma yaşandı. Bu yıl yüzde 3 ilerleme var ama 2016'nın gerisindeyiz. 2016'dan bu yana paydaşlarımızın maliyetleri ciddi artış gösterdi. Taksit kısıtlaması sektörümüzü yüzde 50'nin üzerinde daraltıyor. Ancak hayata geçirilecek yeni düzenlemelerle bu daralmanın hızlıca çözümleneceğine inanıyoruz."

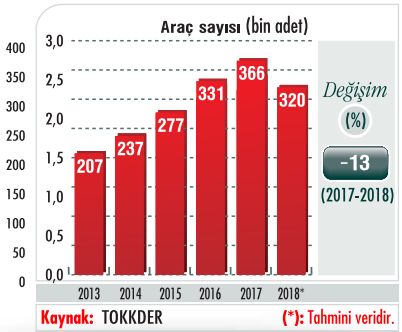
Satışlar azalıyor



Kaynak: MOBİSAD (*): Tahmini veridir.

FİLO KİRALAMA

Daralma bekleniyor



Kaynak: TOKKDER (*): Tahmini veridir.

ZOR DÖNEM

DARALMA Operasyonel kiralama sektörü, 2017 yılını 366 bin adetlik araç parkıyla kapattı. 2018 beklentisi 415 bin adetlik araç parkına ulaşmaktı, ancak ekonomideki olumsuzluklar, eylül ayında yapılan düzenlemeyle araç kiralama sözleşmelerinin TL cinsinden düzenlenmesinin zorunlu hale gelmesi, para piyasalarında yaşanan sıkışıklık ve TL cinsiden kredi maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle bu beklenti değişti.

ÖNGÖRÜ İlk 3 çeyrekte araç parkı 320-330 bin civarında olan sektörde, yıl sonunda daralma bekleniyor. Sektörün 2019'da bir miktar küçülebileceğini söyleyen TOKKDER Yönetim Kurulu Başkanı İnan Ekici, 2020'de büyümeye geçerek 400- 420 adetlik araç parkına ulaşılabileceğini öngörüyor. "Bu dönemde bankaların likidite desteği sektör için çok önemli" diyor.

SORUN Ekici, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Bugün dünyada ticari araç kiralanamayan tek ülkeyiz. Özellikle AB'de ticari araçların kiralanması yönünde ciddi teşvikler varken ülkemizde bunun olmaması, araç kiralama şirketlerinin önünde engel olarak durmaya devam ediyor. 2009 yılında kiralanması yasaklanan ticari araçların satışlarının seyrine bakıldığında, her geçen yıl azaldığı gibi bugüne gelindiğinde yaşlanmış bir ticari araç filosu oluşuyor."

%10 MİSKET

SODEXO'LULAR MİSKET İLE HARCADIKÇA KAZANIYOR!

Misket Ödül Programı ile Sodexo'lular, Misket üyesi restoranlarda Restaurant Pass yemek kartlarını kullanarak yaptıkları her harcamada anında misket kazanıyor, kazandıkları misketleri programa üye restoranlarda diledikleri gibi harcıyor.*

***1 misket = 1 TL**

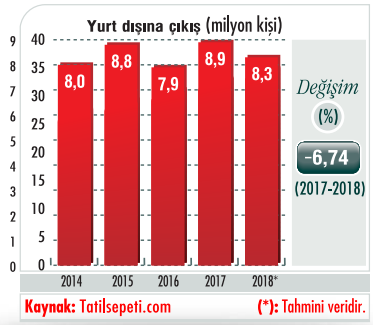
3 ADIMDA SİZ DE KAZANMAYA BAŞLAYIN!

1. Sodexo Mobil Uygulaması'nı indirin.
2. Profilinizi yaratın ve Restaurant Pass yemek kartınızı tanımlayın.
3. Misket hesabınızı aktive edin ve harcarken kazanmaya başlayın.

sodexo
YAŞAM KALİTESİ HİZMETLERİ

TURİZM

Dış turizm olumsuz etkilendi



Kaynak: Tatilsepeti.com (*): Tahmini veridir.

FİYATLAR ARTACAK

GELİR 2018'in üçüncü çeyreğinde, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 18,5 artış yaşanarak 36 milyon ziyaretçi Türkiye'ye geldi. Yıl sonunda ülkeye gelen ziyaretçi sayısının 45 milyona ulaşabileceğini ifade eden Tatilsepeti.com Genel Müdürü Koray Küçükyılmaz, Türkiye'deki turizm gelirlerinin yılın ilk 3 çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 14 oranında artarak 23 milyar dolara ulaştığı bilgisini veriyor.

TREND Ancak Türkiyeli seyahatseverler için durum biraz farklı... Döviz kurundaki yükselişin etkisiyle Türkiye'den yurt dışına çıkan kişi sayısında geçen yıla göre yüzde 6 daralma yaşandı. Bu nedenle iç turizmde özellikle kültür turlarında patlama yaşandı. Kültür turlarının hacmi, neredeyse yüzde 100'e yakın artış gösterdi.

FİYAT Yurt dışına çıkışlar azaldı ancak yerli turisti 2019'da yüksek fiyat artışları bekliyor. 2018 yılında zaten konaklama fiyatlarında yüzde 30 civarında artış gözlemlenmişti ancak 2019'da bu fiyatlar daha da artacak. "Fiyatlar hiçbir dönemde bu kadar yükselmemişti" diyen Küçükyılmaz, 2017'yle karşılaştırıldığında 2019 fiyatlarının yüzde 50-70 arasında artacağını söylüyor. Erken rezervasyon dönemi ise 2019'da önceki yıllara göre daha erken bitecek. Marttan sonra erken rezervasyon avantajının kaybolabileceği düşünülüyor.

AGREGA

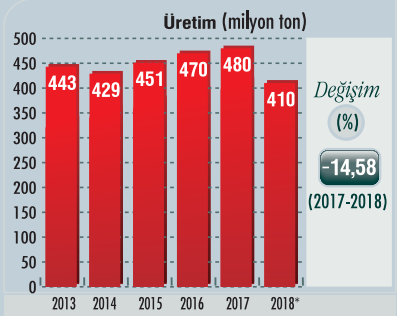
ÜRETİCİ ZORDA

ÜRETİM 2018'in ilk 3 çeyreğinde, agrega üretimi, yüzde 5'lik büyümeyle yaklaşık 380 milyon ton oldu. Ancak ağustos ayında başlayan ekonomik gelişmelerle yıl sonunda, yüzde 15 daralmayla 410 milyon tonluk üretim bekleniyor. Agrega Üreticileri Birliği (AGÜB) Genel Sekreteri Çağlar Tanın, "Son 2 ayda sektörümüz, inşaattaki durağanlığa paralel olarak ciddi hacim daralması karşı karşıya kaldı" diyor.

MALİYET Agrega üretimlerindeki ciddi düşüş, orman idaresi mülkiyetindeki arazilerde yapılan madencilik faaliyetleri için alınan arazi izin bedellerinin birim maliyetlerdeki payını ciddi şekilde artırdı. Motorin, patlayıcı madde, elektrik ve yedek parça fiyatlarındaki yükseliş, agrega üretim maliyetlerinde yüzde 50'ye yakın artışlara neden oldu.

BASKI "Satış fiyatlarının gerilemesi ve maliyetlerdeki ciddi artışlar, üreticileri yakın gelecekte çok ciddi ekonomik sıkıntılara sokacak" diyen Tanın, şunları söylüyor: "Sektörün diğer problemleri ise büyük şehirlerimiz için agrega kaynak planlamasının olmaması, II.a grubu maden ruhsatları için arama döneminin olmaması ve kamu kurumlarına verilen hammadde üretim izinleri."

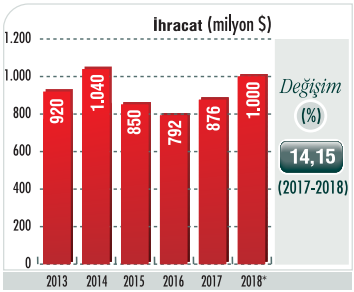
Üretimde yüzde 15 azalma



Kaynak: AGÜB (*): Tahmini veridir.

KÜÇÜK EV ALETLERİ

İhracat büyüyecek



Kaynak: ZÜCDER (*): Tahmini veridir.

VERGİ DÜŞMELİ

İHRACAT Küçük elektrikli ev aletlerinin züccaciye sektöründeki payı yüzde 21. 2017 yılında ihracatı 876,3 milyon dolar olan sektör için 2018 yıl sonu beklentisi 1 milyar dolar. 2017'de sektörün ihracatının 140 milyon dolarlık bölümü İngiltere'ye, 100 milyon dolarlık kısmı Fransa'ya gerçekleşti.

ÖTV ÖTV indirimlerinin küçük ev aletleri sektörüne de can vermesi bekleniyor. ZÜCDER Başkanı İsmail Erdoğan, "Küçük ev aletlerinde yüzde 6,7 olan ÖTV, 2017 Eylül sonuna kadar sıfırlanmıştı. 8 ay gibi bir sürede sektörümüzde yüzde 30'luk bir büyüme oluşmuştu. ZÜCDER olarak küçük elektrikli ev aletlerindeki ÖTV'nin sıfırlanması uygulamasının belirli bir süreyle sınırlanmaması ve KDV oranımızın yüzde 18'den yüzde 8'e düşürülmesini talep ediyoruz" diyor.

SORUN Erdoğan, sözlerine şöyle devam ediyor: "ÖTV, Avrupa Birliği Uyum Yasaları çerçevesinde lüks, sağlıksız veya çevreye zararlı ürünlerin tüketiminin kısıtlanması amacıyla getirilmişti. Ancak birçok lüks üründe ÖTV olmamasına rağmen küçük elektrikli ev aletlerinde olması, üyelerimizin tamamını etkiliyor. ÖTV ve KDV'yle oluşan çifte vergilendirme, ürünün nihai tüketiciye sunulması noktasında haksız fiyat rekabetine sebep oluyor."

Küresel ağ, yenilikçi çözümler, uzun vadeli iş birliği.

HSBC'de yatırım bankacılığı borç finansmanı ve kurumsal finansman çözümlerimizle başarınıza destek oluyoruz.

Bilgi için www.business.hsbc.com.tr

AKBANK **400 milyon USD** Sermaye Benzeri Eurobond İhracı Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı	CCI **500 milyon USD** Eurobond İhracı Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı	DeFacto **65 milyon USD** Murabaha Sendikasyonu Tek Koordinatör ve Talep Toplayıcı	ENERJİSA **390 milyon USD** Halka Arz Eş Global Koordinatör ve Konsorsiyum Üyesi	Koç **750 milyon USD** Eurobond İhracı Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı
MLPCARE **366 milyon USD** Halka Arz Eş Global Koordinatör ve Konsorsiyum Üyesi	RÖNESANS GAYRİMENKUL **300 milyon USD** Eurobond İhracı Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı	RÖNESANS SAĞLIK YATIRIM meridiam SILA SAM YAPI **288 milyon EUR** Elazığ Şehir Hastanesi Yeşil/Sosyal Proje Bonosu İhracı Tek Düzenleyici, Global Koordinatör ve Finansal Danışman	TOFAŞ TÜRK OTOMOBİL FABRİKASI A.Ş. **270 milyon EUR** SACE Destekli Finansman* **250 milyon EUR** Kulüp Kredisi** * Global Koordinatör, Düzenleyici ve Orijinal Kreditör ** Yetkilendirilmiş Lider Düzenleyici ve Koordinatör	TSKB **300 milyon USD** Yeşil/Sürdürülebilir Tahvil İhracı **300 milyon USD** Sermaye Benzeri Sürdürülebilir Tahvil İhracı Bond Issue Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı
TURKCELL **500 milyon USD** Eurobond İhracı* **1 milyar USD** Kulüp Kredisi** **500 milyon USD** Eurobond İhracı* * Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı ** Dokümantasyon Koordinatörü	Tüpraş Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş. **700 milyon USD** Eurobond İhracı* **157,5 milyon USD** & **261,5 milyon EUR** Kulüp Kredisi** * Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı ** Koordinatör ve Yetkilendirilmiş Lider Düzenleyici	TÜRKİYE CUMHURİYETİ **1,5 milyar EUR** Eurobond İhracı **2 milyar USD** Eurobond İhracı **1,25 milyar USD** Sukuk İhracı **1 milyar EUR** Eurobond İhracı **2 milyar USD** Eurobond İhracı Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı	UB United Biscuits **725 milyon GBP** Sendikasyon Kredisi Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı	YapıKredi **500 milyon TRY** Eurolira İhracı* **500 milyon USD** Eurobond İhracı** * Tek Koordinatör, Talep Toplayıcı ve Yüklenici ** Eş Lider Düzenleyici ve Talep Toplayıcı

HSBC

Birlikte büyüyoruz

Bu doküman HSBC tarafından Türkiye'de yerleşik müşterileri bilgilendirmek amacıyla hazırlanmıştır. HSBC, Türkiye'de HSBC Bank A.Ş. ve HSBC Yatırım Menkul Değerler A.Ş. olmak üzere dünyanın farklı ülkelerinde şube ve kuruluşlarıyla faaliyet göstermektedir. Yukarıda yer verilen işlemler, bir ya da birden fazla HSBC Kuruluşu tarafından 2015-2018 yılları arasında gerçekleştirilen bankacılık, menkul kıymetler ve/veya sermaye finansmanı işlemleri arasından örnek olarak seçilmiştir. HSBC Bank A.Ş. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun, HSBC Yatırım Menkul Değerler A.Ş. de Sermaye Piyasası Kurulu'nun gerekli lisanslarına sahip kuruluşlardır ve Borsa İstanbul üyeleridir. Tüm işlemler HSBC Bank A.Ş.'nin tabi olduğu yerel düzenlemelere uyumlu ve iş uygulama standartlarına bağlı kalınarak gerçekleştirilmektedir. Bu dokümanda HSBC tarafından verilen bilgilerin hiçbiri, HSBC'nin Türkiye Cumhuriyeti'ndeki bankacılık hedefleri kapsamında yaptığı bir teklif anlamına gelmemekte, pazarlama faaliyeti ve satış dahil sınır ötesi bankacılık hizmeti sağlama amacıyla sunulmamaktadır. Telif Hakkı 2018. Her Hakkı Mahfuzdur.

ENFLASYON MU BÜYÜME Mİ?

2018'in yaz ve sonbahar aylarını enflasyonda sıçrama ve ekonomik büyümede ciddi bir düşüşle geçirdik. Daha mayıs ayında yüzde 12,15 düzeyinde olan yıllık tüketici enflasyonu ekim ayında yüzde 25,24'e ulaştı. Öncü göstergelere bakılırsa, ilk çeyrekte yüzde 7,3 ve ikinci çeyrekte yüzde 5,2 olan ekonomik büyüme oranı ise üçüncü çeyrekte sıfır dolayına düşmüş gibi görünüyor. Bu durum ekonomi yönetimini bir kez daha enflasyonla büyüme arasında tercih yapma durumuna getirdi. Aslında enflasyon ile büyüme arasında negatif bir ilişki olduğu için bu tercihi yapmak o kadar da zor değil. Enflasyon yükseldikçe gelecekte alacağı değeri öngörmek zorlaşıyor ve bu da özellikle yatırımları olumsuz etkileyerek büyümeyi aşağı çekiyor. Bu nedenle de ekonomik büyümenin önünü açmak için öncelikle enflasyonu düşürmek gerekiyor. Bunun yerine büyümeyi canlandırmaya çalışmak ise kısa vadede işe yarar gibi görünse de uzun vadede ekonomiye daha da büyük zararlar verebilir.

DR. ORHAN KARACA ● okaraca@ekonomist.com.tr

KONJONKTÜR

TÜRKİYE 2018'İN YAZ VE SONBAHAR AYLARINI ENFLASYONDA sıçrama ve ekonomik büyümede ciddi bir düşüşle geçirdi. Daha mayıs ayında yüzde 12,15 düzeyinde olan yıllık tüketici fiyat endeksi (TÜFE) enflasyonu, iki katlık artışla, ekim ayında yüzde 25,24'e ulaşmış bulunuyor. Henüz üçüncü çeyrek döneme ilişkin gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) verileri açıklanmış değil ama öncü göstergelerden gelen sinyaller bu dönemde ekonomik büyümenin sıfır dolayına düşmüş olabileceğine işaret ediyor. Mesela ekonomik büyümeyle yakın ilişkisi bulunan ve ilk çeyrekte yüzde 9,9 ve ikinci çeyrekte yüzde 5 olan sanayi üretimindeki yıllık artış üçüncü çeyrekte sadece yüzde 0,5 olarak gerçekleşti. Bu durum ilk çeyrekte yüzde 7,3 ve ikinci çeyrekte yüzde 5,2 olan ekonomik büyüme oranının üçüncü çeyrekte sıfır dolayında çıkabileceğini düşündürüyor. Üçüncü çeyrekteki büyüme sıfırın biraz üzerinde veya altında çıkabilir. İç talepteki zayıflamaya bakılırsa, son çeyrekteki ekonomik büyüme ise çok büyük ihtimalle negatif olacak gibi görünüyor.

İşte bu gelişmeler ekonomi yönetimini bir kez daha "Konjonktür"ün başlığında verdiğimiz o kritik soruyla karşı karşıya getirdi. Acaba şimdi enflasyonu düşürmeye mi yoksa ekonomik büyümeyi yükseltmeye mi çalışmak lazım? Hükümet ekim ayı başlarında Enflasyonla Topyekün Mücadele Programı'nı açıkladığında, her ne kadar bu programın içeriği çok eleştirilse de önceliği enflasyonu düşürmeye vereceği izlenimi yaratmıştı. Ancak aynı ayın sonunda da ekonomiyi canlandırmak için yılın son iki ayında bazı ürünlerde vergi indirimi yapılması kararı alındı. Bu da şu anda ekonomide ne yapılması gerektiği konusunda hükümetin kafasının epey karışık olduğunu düşündürüyor.

ENFLASYON-BÜYÜME İLİŞKİSİ

Şimdilerde dünyada bizim gibi birkaç ülke dışında enflasyon sorunu olan pek kimse yok ama 1970'ler, 1980'ler ve hatta 1990'larda enflasyon pek çok ülkenin temel problemlerinden biriydi. 1980'lerin başında

ÜÇÜNCÜ ÇEYREKTE BÜYÜME ÇOK DÜŞÜK ÇIKACAK

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), üçüncü çeyrek döneme ilişkin milli gelir verilerini 10 Aralık'ta açıklayacak. Ekonomik büyümeye ilişkin bazı öncü göstergeler, bu dönemdeki büyümenin çok düşük ve hatta negatif çıkabileceğine işaret ediyor.

Bu öncü göstergelerin başında sanayi üretimi yer alıyor. İlk çeyrekte yüzde 9,9 ve ikinci çeyrekte yüzde 5 olan sanayi üretimindeki yıllık artış üçüncü çeyrekte sadece yüzde 0,5 oldu. Bu, ekonominin üretim tarafında işlerin epey kötü olduğu anlamına geliyor.

İlk çeyrekte yüzde 8,9 ve ikinci çeyrekte yüzde 5,8 artan reel perakende satışlar, üçüncü çeyrekte yüzde 0,2 düştü. Bu da iç talepte çok ciddi bir zayıflama olduğuna işaret ediyor.

İthalat miktar endeksi ilk çeyrekte yüzde 12,9 artmış, ikinci çeyrekte ise yüzde 1,7 düşmüştü. Bu endeksteki düşüş üçüncü çeyrekte daha da hızlandı ve yüzde 18,8'i buldu. Türkiye'de üretimin ithalata aşırı bağımlı bir yapısı olduğu için, reel ithalattaki bu hızlı düşüş de büyüme için kötü haber veriyor.

İhracat miktar endeksi ilk çeyrekte sadece yüzde 1,2 artmış ve ikinci çeyrekte de yüzde 1,6 düşmüştü. Üçüncü çeyrekte ise bu endekste yüzde 8,9 artış görüldü. Bu durum iç pazardaki daralma karşısında işletmelerin can havliyle ihracata yüklendiklerini düşündürüyor. Ancak Türkiye'de ihracatın gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) içindeki payı yüzde 25 dolayında kaldığı için, bunun iç pazardaki daralmayı tamamen karşılaması ihtimali bulunmuyor.

Öncü göstergeler üçüncü çeyrekteki büyümenin sıfır dolayında çıkacağını düşündürüyor. Üçüncü çeyrekteki büyüme sıfırın biraz üstünde veya altında çıkabilir.

Öncü göstergeler düşük büyüme sinyali veriyor

(Dört öncü gösterge ile reel GSYH'de yıllık değişim, %)

	Reel GSYH	Sanayi üretimi	Reel perakende satışlar	İthalat miktar endeksi	İhracat miktar endeksi
2017-I	5,3	4,3	1,5	0,9	9,4
2017-II	5,3	3,6	3,6	3,8	7,9
2017-III	11,5	17,7	11,8	20,8	13,5
2017-IV	7,3	10,5	5,5	12,8	4,9
2018-I	7,3	9,9	8,9	12,9	1,2
2018-II	5,2	5,0	5,8	-1,7	-1,6
2018-III	-	0,5	-0,2	-18,8	8,9

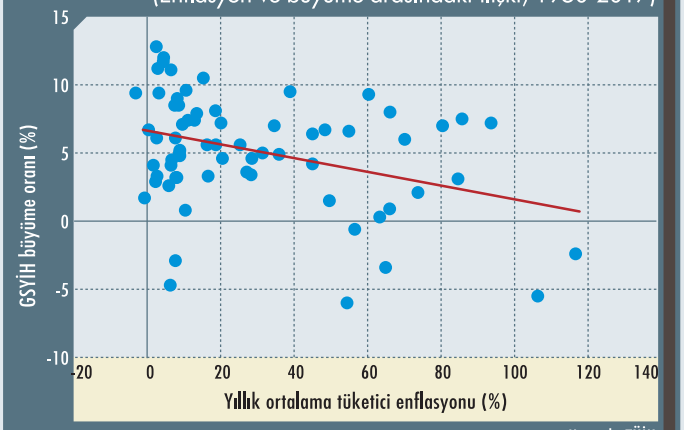
Kaynak: TÜİK

ABD'de bile enflasyon bir ara neredeyse yüzde 15'e dayanmıştı. ABD'nin bu enflasyondan kurtuluşu da ekonomide resesyona yol açan çok sıkı bir para politikası uygulamasıyla mümkün olabilmişti. İşte o dönemlerde iktisatçılar enflasyonla büyüme arasındaki ilişkiye odaklanmış ve bu konuda çok sayıda araştırma yapmışlardı. Hatta bu literatüre ben de ülkemizde bu konunun çok tartışıldığı bir dönem olan 2003 yılında Türkiye bağlamında ufak bir katkıda bulunmuştum (Orhan Karaca, "Türkiye'de Enflasyon-Büyüme İlişkisi: Zaman Serisi Analizi", Doğuş Üniversitesi Dergisi, 4(2), 2003, 247-255).

Bu araştırmalar öncesinde iktisatçıların çoğu enflasyon ile ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğu görüşündeydi. Yani enflasyonda yükselişi göze alarak büyümenin hızlandırılabileceği ve enflasyonu düşürmek için de mutlaka büyümeyi yavaşlatmak gerektiği düşünülüyordu. Günümüzde ise bu ilişkinin bir eşik enflasyon düzeyine kadar pozitif olduğu, o eşik aşıldıktan sonra ise enflasyonun büyümeye zarar vermeye başladığı kabul ediliyor. Çünkü enflasyon yükseldikçe gelecekte alacağı değeri öngörmek de

Enflasyon yükselince büyüme düşüyor

(Enflasyon ve büyüme arasındaki ilişki, 1950-2017)



Kaynak: TÜİK

Ekonominin nabzı nasıl atıyor?

Göstergeler	Son açıklama	Önceki dönem	Önceki yılın aynı dönemi	Değerlendirme
GSYH'DE YILLIK DEĞİŞİM (2018, ikinci çeyrek, %)	5,2	7,3	5,3	İlk çeyrekte hızlı büyüyen ekonomi ikinci çeyrekte hız kesmişti. Üçüncü çeyrekte ise büyüme sıfır dolayında çıkacak gibi görünüyor.
GSYH'DE ÇEYREKLİK DEĞİŞİM (2018, ikinci çeyrek, MD, %)	0,9	1,5	2,5	
SANAYİ ÜRETİMİNDE YILLIK DEĞİŞİM (Eylül 2018, %)	4,6	-10,9	18,0	Sanayi üretimi üçüncü çeyrekte yıllık bazda sadece yüzde 0,5 arttı. Ekim ayında kapasite kullanım oranının geçen yılın çok altında çıkması, sanayinin dördüncü çeyreğe de kötü girdiğini gösteriyor.
SANAYİ ÜRETİMİNDE AYLIK DEĞİŞİM (Eylül 2018, MD, %)	-2,7	-1,3	1,1	
İMALAT SANAYİ KAPASİTE KULLANIM ORANI (Ekim 2018, %)	75,4	76,2	79,7	
REEL PERAKENDE SATIŞLARDA YILLIK DEĞİŞİM (Eylül 2018, %)	-1,7	-2,6	7,9	Üçüncü çeyrekte yüzde 0,2 düştü. Bu, iç talepte daralmaya işaret ediyor.
YILLIK TÜFE ENFLASYONU (Ekim 2018, %)	25,24	24,52	11,90	Tüketici enflasyonundaki yükseliş yavaşlamakla birlikte ekim ayında da sürdü. Üretici enflasyonundaki yükseliş ise durdu.
YILLIK Yİ-ÜFE ENFLASYONU (Ekim 2018, %)	45,01	46,15	17,28	
12 AY SONRASININ ENFLASYON BEKLENTİSİ (Kasım 2018, %)	17,38	17,03	8,65	Enflasyondaki yükseliş yavaşlayınca beklentilerdeki yükseliş de yavaşladı.
ORTALAMA DOLAR KURUNDAKİ DEĞİŞİM (Ekim 2018, %)	-8,0	11,1	5,6	Merkez Bankası'nın eylül ayındaki faiz artışının ve ABD ile siyasi gerginliğin yumuşamasının etkisiyle döviz piyasası sakinleşti.
ORTALAMA EURO KURUNDAKİ DEĞİŞİM (Ekim 2018, %)	-9,2	12,4	4,1	
TÜFE BAZLI REEL EFEKTİF DÖVİZ KURU (Ekim 2018, 2003=100)	69,0	61,5	88,2	TL'nin değeri dipten döndü.
İŞSİZLİK ORANI (Ağustos 2018, %)	11,1	10,8	10,6	Aynı zamanda üçüncü çeyreğe denk gelen ağustos ayında 0,5 puan arttı.
YENİ KURULAN ŞİRKET SAYISI (Ekim 2018)	7.160	6.394	6.992	Ekonomiden gelen küçülme sinyallerine rağmen yükseliyor.
TÜKETİCİ GÜVEN ENDEKSİ (Kasım 2018)	59,6	57,3	65,2	Kasım ayında biraz toparlandı ama hala çok düşük düzeyde seyrediyor.
İHRACAT (Ekim 2018, milyon $)	15.732	14.476	13.914	İhracatta toparlanma sürüyor ama ithalattaki düşüş bir türlü durmuyor. Bu durum ekonomik büyüme açısından iyi sinyal vermiyor. Ancak dış ticaret açığını düşürdüğü için cari işlemler dengesini olumlu etkiliyor.
İTHALAT (Ekim 2018, milyon $)	16.261	16.368	21.268	
DIŞ TİCARET DENGESİ (Ekim 2018, milyon $)	-529	-1.892	-7.354	
CARİ İŞLEMLER DENGESİ (Eylül 2018, milyon $)	1.830	1.863	-4.441	Son iki aydır fazla veriyor. Ekim ayında da fazla vermesi bekleniyor.
M2 PARA ARZI (Ekim 2018, milyar TL)	1.984	2.032	1.596	Parasal göstergeler iki aydır düşüyor. En hızlı düşüş ise kredi hacminde yaşanıyor. Kredilerin mevduatlara oranı 2,3 puan daha düşerek yüzde 116,7'den yüzde 114,3'e indi.
MEVDUAT HACMİ (Ekim 2018, milyar TL)	2.040	2.079	1.626	
KREDİ HACMİ (Ekim 2018, milyar TL)	2.333	2.426	1.950	
TCMB ORTALAMA FONLAMA MALİYETİ (Ekim 2018, %)	24,0	21,9	12,0	Ekim ayında yüzde 24'e çıktı ama hala enflasyonun gerisinde bulunuyor.
HAZİNE İHALELERİNDEKİ YILLIK BİLEŞİK FAİZ (Ekim 2018, %)	23,8	25,3	12,0	Ekim ayında bir miktar düşse de hala epey yüksekte seyrediyor.
BÜTÇE DENGESİ (Ekim 2018, milyon TL)	-5.384	-5.963	-3.348	Ekim ayında yıllık bazda yeni bir rekor daha kırdı.
MERKEZİ YÖNETİM BORÇ STOKU (Ekim 2018, milyar TL)	1.083	1.121	868	Döviz kurlarındaki gerileme sayesinde iki aydır düşüyor.

MD: Mevsimsel Düzeltilmiş

TURKISH AIRLINES

Miles&Smiles

WI-FI ŞİFRESİNİ VERİYORUZ: MILES&SMILES

Classic ve Classic Plus Miles&Smiles üyeleri Wi-Fi ağı olan Türk Hava Yolları uçaklarında ücretsiz 10 MB Wi-Fi hizmetinden yararlanıyor, uçuşun keyfini internetle çıkartıyor.

Wi-Fi **ONBOARD**

milesandsmiles.com | 444 0 849 | /milesandsmiles

zorlaşıyor. İktisatçılar buna "enflasyon belirsizliği" adını veriyor. Enflasyon belirsizliği geleceğe yönelik kararlar alınmasını zorlaştırıyor ve özellikle de yatırım kararlarını olumsuz etkiliyor. Bu da ekonomik büyümenin yavaşlamasına neden oluyor.

TÜRKİYE'NİN DURUMU

Türkiye'nin uzun döneme ilişkin verilerine bakıldığında bu anlatılanların ülkemiz için de geçerli olduğu görülüyor. Bizim 1950-2017 dönemi için yaptığımız hesaplar, enflasyondaki her 1 puanlık artışın ekonomik büyümeyi 0,05 puan düşürdüğünü gösteriyor. Enflasyonun genelde tek haneli seviyelerde seyrettiği 1950-1970 arasında ekonomi yılda ortalama yüzde 6,1'lik büyüme hızı tutturmuştu. Enflasyonun çift haneli seyrettiği 1971-2004 arasında ise ekonomideki yıllık ortalama büyüme oranı yüzde 4,3'te kalmıştı. Enflasyonun genelde tek haneli seyrettiği 2005-2016 arasında ise yıllık ortalama ekonomik büyüme oranı tekrar yükselip yüzde 5,4 olarak gerçekleşti. Enflasyonun çift haneye yükseldiği 2017'de ise yüzde 7,4 gibi hızlı bir büyüme

ENFLASYONDA SON İKİ AYDA NE OLUR?

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), 2018'in dördüncü ve son Enflasyon Raporu'nu ekim ayının son gününde açıkladı. Enflasyonda ağustos ve eylül aylarında yaşanan büyük sıçrama nedeniyle, TCMB, bu raporda enflasyon tahminlerinde mecburen yüklü bir yukarı yönlü revizyon yapmak zorunda kaldı. Bu revizyonla, daha önce yüzde 13,4 olan 2018 yıl sonu enflasyon tahmini yüzde 23,5'e (yüzde 21,9-25,1 aralığının orta noktası), daha önce yüzde 9,3 olan 2019 yıl sonu enflasyon tahmini yüzde 15,2'ye (yüzde 12,3-18,1 aralığının orta noktası), daha önce yüzde 6,7 olan 2020 yıl sonu enflasyon tahmini de yüzde 9,3'e (yüzde 6,0-12,6 aralığının orta noktası) çıkarıldı.

Enflasyon Raporu'nda, enflasyon tahminlerinde yapılan bu revizyonun büyük ölçüde, temmuz ayında yayınlanan önceki raporu takip eden dönemde döviz kurlarında gözlenen hızlı yükselişten ve fiyatlama davranışlarındaki bozulmadan kaynaklandığı ifade ediliyor.

Enflasyon Raporu'nun yayınlanmasından beş gün sonra da ekim ayı enflasyon verileri belli oldu. Hükümetin ekim ayı başında açıkladığı ve büyük ölçüde yüzde 10'luk "gönüllü" fiyat indirimlerine dayanan Enflasyonla Topyekün Mücadele Programı nedeniyle bu ayda yıllık tüketici enflasyonunda düşüş bekleyenler vardı. Ancak işler pek de beklendiği gibi gitmedi. Yıllık tüketici enflasyonundaki yükseliş çok yavaşlamakla birlikte ekim ayında da sürdü. Eylül ayında yüzde 24,52 düzeyinde bulunan yıllık tüketici enflasyonu, ekim ayında yüzde 25,24'e yükseldi. Ancak döviz piyasalarındaki sakinleşme sayesinde, ekim ayında yıllık üretici enflasyonundaki yükseliş sona erdi. Eylül ayında yüzde 46,15 düzeyinde bulunan yıllık üretici enflasyonu ekim ayında yüzde 45,01'e indi. Bu da teselli edici bir faktör oldu.

Şimdi yılın son iki ayında ne olacağı merakla bekleniyor. Bu iki ayda enflasyonda bir miktar düşüş yaşanabileceği tahmin ediliyor. Bunun birkaç nedeni var. Birincisi, geçen yılın son iki ayındaki enflasyon oranları çok yüksek olduğundan, bu yıl aynı aylarda "baz etkisi" enflasyonu düşürücü yönde çalışacak. İkincisi, hükümetin ekonomiyi canlandırmak için son iki ayda bazı ürünlerde vergi indirimine gitmesinin bu ürünlerde fiyatları düşürmesi ve dolayısıyla enflasyonu da olumlu etkilemesi bekleniyor. Üçüncüsü, son dönemde döviz kurlarında ve dünya petrol fiyatlarında yaşanan düşüş de akaryakıt ürünlerinin fiyatlarında indirim getirerek enflasyonu olumlu etkileyeceğe benziyor.

Ancak yılbaşında fiyat indirimi kampanyası ve vergi indirimleri sona erince ne olacağı da endişeyle bekleniyor.

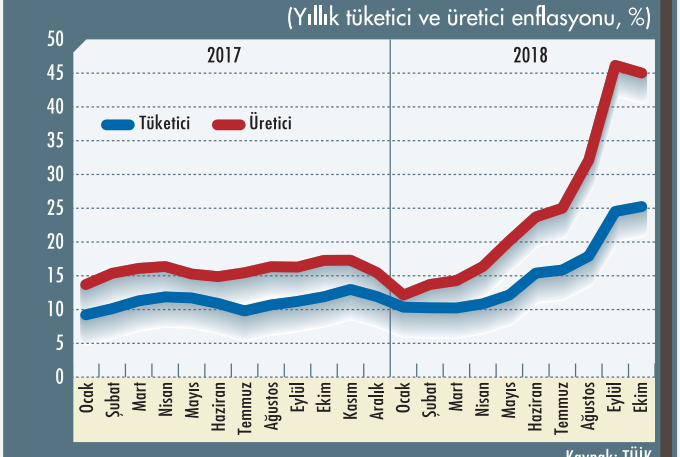
TCMB'nin enflasyon tahminleri

(%)		2018	2019	2020
Hedefler		5,0	5,0	5,0
Yapıldıkları dönemlere göre tahminler				
2016	Ocak	5,0	-	-
	Nisan	5,0	-	-
	Temmuz	5,0	-	-
	Ekim	5,0	-	-
2017	Ocak	6,0	5,0	-
	Nisan	6,4	5,0	-
	Temmuz	6,4	5,0	-
	Ekim	7,0	6,0	-
2018	Ocak	7,9	6,5	5,0
	Nisan	8,4	6,5	5,0
	Temmuz	13,4	9,3	6,7
	Ekim	23,5	15,2	9,3

Kaynak: TCMB

Enflasyonda tırmanış durdu

(Yıllık tüketici ve üretici enflasyonu, %)



Kaynak: TÜİK

DAMAT

AutumnWinter | 2018 - 2019

www.damattween.com

yakalanmıştı ama bu yılın ve 2019'un verileri belli olduğunda dönem ortalaması olarak bu oran çok aşağılara düşecek. Enflasyondaki yüksek seyir devam ettiği müddetçe de ekonomide tekrar hızlı büyümeye ulaşmak biraz zor olacak.

ÖNCE ENFLASYON

Enflasyon ile büyüme arasında böyle negatif bir ilişki olduğunu görünce başlıktaki soruya yanıt vermek kolaylaşıyor. Durum böyleyse ekonomi politikasında önceliği hiç şüphesiz enflasyonla mücadeleye vermek gerekiyor. Aslına bakarsanız bu durumda enflasyonu düşürmeye çalışmak aynı zamanda ekonomik büyümeyi yükseltmeye çalışmak anlamına da geliyor. Elbette enflasyonu düşürmeye yönelik sıkı para ve maliye politikaları kısa dönemde büyümenin yavaşlamasına yol açar. Ancak bunlara yapısal reformlar da eşlik ederse bir süre sonra enflasyon gerçekten düşüşe geçebilir. Bu da hem geleceği görmeyi kolaylaştırarak hem de ekonomiye olan güveni artırarak yatırımların canlanmasını ve dolayısıyla ekonomik büyümenin de yeniden hızlanmasını sağlar.

Esasında bu tür bir gelişmeye hiç de yabancı değiliz. Çok değil daha bundan 15 yıl önce bu dediklerimizi aynen yaşamıştık. 2001 krizinden sonra uygulanan istikrar programı enflasyonu yüzde 50'nin üzerinden üç yıl içinde tek haneye indirirken ekonomik büyümenin de hızlanmasını sağlamıştı. O dönemde enflasyonu biraz daha aşağı çekip yüzde 5'in altına yani "fiyat istikrarı" seviyesine indirebilsek ve orada tutabilseydik belki de şu anda ekonomide çok farklı bir noktada olacaktık.

BÜYÜME ZORLANIRSA

Hal böyleyken hükümetin enflasyonla mücadeleyi boş verip ekonomiyi canlandırmaya odaklanması ise ancak kısa vadede ve o da belki işe yarayabilir. Gevşek para ve maliye politikaları normal zamanlarda talebin öne çekilmesini sağlayarak ekonomiyi bir miktar canlandırabilir. Nitekim son yıllarda ekonomi yönetimi bu yola sık sık başvurdu ve sonuç da aldı. Ancak şu anda pek de normal bir zamanda değiliz. Ne para politikasında ne de maliye politikasında artık daha fazla gevşemeye imkan verecek alan kalmadı gibi görünüyor. Bu da bu politikaların devamı halinde ekonomide işlerin daha da bozulacağını düşündürüyor. Yani bugün olmasa bile yarın kapsamlı bir istikrar programının uygulamaya alınması şart olacağa benziyor. Buna ne kadar erken başlanırsa zarardan da o kadar önce dönülmeye başlanmış olacak. Bu programın uygulamaya konulması geciktikçe ise fatura giderek kabaracak.

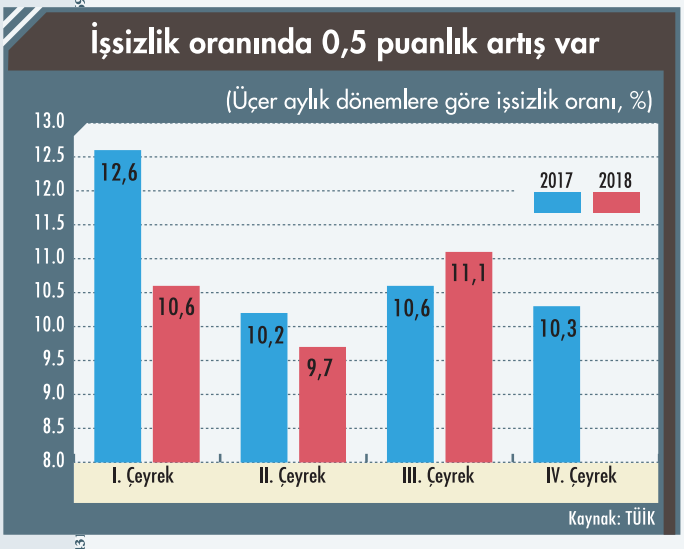
İŞSİZLİK ÜÇÜNCÜ ÇEYREKTE YÜKSELDİ

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), ağustos ayına ilişkin işgücü piyasası verilerini geçen ay açıkladı. İşgücü piyasası verileri her hafta yapılan anketlere dayanıyor ve aylık veriler önceki ve sonraki aylarla birlikte üç aylık bir dönemde yapılan anketlerden elde ediliyor. Bu nedenle ağustos ayı verileri aynı zamanda üçüncü çeyrek dönemin verilerini oluşturuyor. Bu verilere göre üçüncü çeyrekte işsizlik oranı yüzde 11,1 olarak gerçekleşti. Geçen yılın aynı döneminde işsizlik oranı yüzde 10,6 düzeyindeydi. Buna göre üçüncü çeyrekte işsizlik oranında 0,5 puanlık yükseliş yaşanmış bulunuyor.

Oysa yılın ilk iki çeyreğinde işsizlik oranında düşüş vardı. İlk çeyrekteki işsizlik oranı geçen yılki seviyesinin tam 2 puan gerisindeydi. İkinci çeyrekteki işsizlik oranı da geçen yılki seviyesinin 0,5 puan gerisinde gerçekleşmişti. İlk iki çeyrekte işsizlik oranında yaşanan düşüş, ekonomide geçen yıl başlayan ve bu yılın başlarına da sarkan hızlı büyümenin eseriydi. Konjonktür'ün ikinci sayfasındaki kutuda görebileceğiniz gibi, üçüncü çeyrekte ise ekonomide patlayan kriz nedeniyle büyüme sıfır dolayına inmiş gibi görünüyor. İşte ekonomik büyümedeki bu düşüşün etkisi hemen işsizliğe yansımış bulunuyor. Ekonomideki büyüme yavaşladığında yaratılan istihdam azaldığı için işsizlikte yükseliş yaşanıyor.

İşsizlikteki yükseliş büyük ihtimalle dördüncü çeyrekte de sürecek. Çünkü geçen yılın dördüncü çeyreğinde işsizlik oranı düşüş eğilimindeydi ve yüzde 10,3 olarak gerçekleşmişti. İç talepten gelen daralma sinyalleri nedeniyle bu yıl dördüncü çeyrekte ekonomide küçülme yaşanmasının beklendiğini de düşünürsek, bu dönemde işsizlik oranı geçen yılki seviyesinin çok üzerinde olacağa benziyor.

Bu arada üçüncü çeyrekte işsiz sayısının ise 3,7 milyona yakın olduğunu söyleyelim. Oysa geçen yılın aynı döneminde bu sayı 3,4 milyondu. Yani ekonomideki kriz yüzünden bu yıl üçüncü çeyrekte işsizler ordusuna yaklaşık 0,3 milyon kişi daha katıldı.



Seni en güçlü yansıtan o.

Sana yakışan, seninle yaşayan,
seni ileri, standartlarını yukarı taşıyan
Yeni Ford Focus.

Koç

Go Further Ford

Ford Focus Titanium 4 Kapı 1.5L 120 PS otomatik şanzımanlı dizel motor tipinde CO_2 salımı 113 g/km, yakıt tüketimleri L/100 km: Şehir içi 4,9, şehir dışı 4,0, ortalama 4,3'tür.
Detaylı bilgi için ***ford.com.tr/yeni-focus***

NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL
ngozutok@capital.com.tr

TREVOR KURNA / QNET CEO'SU
CEM GEYİK / QNET TÜRKİYE, ORTA ASYA VE RUSYA BÖLGE MÜDÜRÜ

"TURİZMDE BÜYÜYECEĞİZ"

QNET, dünyanın en büyük doğrudan satış şirketlerinden biri. Asya merkezli şirket, 20 yıl önce doğrudan satışla e-ticareti birleştirerek bir ilke imza attı. Ürün gamı da rakip şirketlerden farklı... Sağlıktan eve, kişisel bakımdan saate, eğitimden otele birçok kategoride hem tedarikçi hem üretici olarak yer alıyor. Bugün 100'ün üzerinde ülkede 500 bin aktif distribütörüyle yaklaşık 200 milyar dolar ciro yaratıyor.

QNET, 2010 yılından itibaren de Türkiye'de... QNET CEO'su Trevor Kuna, 22 ülkenin Türkiye'ye bağlı olduğunu belirtiyor. "Türkiye, bizim için ilk 5 pazardan biri" diyor. Dünyada doğrudan satış sektöründe faaliyet gösteren şirket sayısı 200, pazarın parasal hacmi de 190 milyar dolar. 170 milyona yakın bağımsız üyenin çalıştığı sektör, her yıl yüzde 6 büyüyor. Türkiye'ye baktığımızda ise 70 oyuncunun yer aldığı sektör, yüzde 17'lik büyüme hızına sahip. Kurna, hem lokal üretim hem tüketim potansiyeliyle Türkiye'nin doğrudan satış alanında yüksek bir büyüme gücüne sahip olduğunu söylüyor.

Toplam 130 bin bağımsız üyesi bulunan QNET, Türkiye'de üretim de yapıyor. İlk olarak üretime renkli kozmetikle başlayan şirket, ardından şampuan, ağız bakım ürünleri ve küçük ev aletlerini Türkiye'de üretme kararı aldı. Son olarak Antalya'da 44 odalı butik bir otel yatırımı gerçekleştiren QNET, şimdi İstanbul ve Bodrum'da iki otel almaya hazırlanıyor. QNET Türkiye, Orta Asya ve Rusya Bölge Müdürü Cem Geyik, grubun tüm dünyada çok sayıda otelinin bulunduğunu söylüyor. Bu otellerde daha çok üst segmentte hizmet verdiklerini ifade eden Geyik, sözlerine şöyle devam ediyor:

"Bu yapıyı Türkiye'ye de taşımayı planlıyoruz. Bodrum'da bir tane dört yıldızlı, İstanbul'da ise bir tane beş yıldızlı şehir oteli satın almak için görüşmelere başladık. Türkiye'de de turizm alanında büyüme planlıyoruz."

YENİ GELİŞMELER

Şirketin büyümesinde yeni işlerin de itici gücü olacağını belirten Cem Geyik, bu iki yeni işi de şöyle paylaşıyor: "Bir Türk şirketiyle üretim için anlaştık. Bizim için mutfak ürünleri üretecekler. Türkiye ve Orta Asya'da bu ürünlerimizi satışa sunarak ihracat yapacağız. Ayrıca sadece Amerika'da satış yapan bir zeytinyağı şirketinin Türkiye haklarını satın aldık. Bu özel Türk zeytinyağını pek çok ülkede satışa sunacağız."

EREN GÜNHAN ULUSOY / ULUSOY UN YÖNETİM KURULU BAŞKANI

"EN BÜYÜK TARIMSAL SANAYİ ŞİRKETİ OLACAĞIZ"

Eren Günhan Ulusoy, iş dünyasının 40 yaş altı başarılı yöneticilerinden biri. 2003 yılında Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü'nden mezun olduktan sonra aile şirketi Samsun merkezli Ulusoy Un'da iş hayatına atılmaya karar verdi. 2019'da 50'nci yılını kutlayacak olan şirkette çeşitli görevlerde yer aldıktan sonra 2007 yılında genel müdürlük koltuğuna oturdu. 2010 yılında CEO'luğa gelen Ulusoy, 2014 yılında şirketin halka arzına öncülük etti. 2015 yılında 34 yaşındayken babasından yönetim kurulu başkanlığını devraldı.

Eren Günhan Ulusoy'un şirkete katılmasıyla birlikte ise Ulusoy Un çok önemli bir büyüme yolculuğuna çıktı. 2007'de 100 milyon TL cirosu olan şirket, bu yılı 2,8 milyar TL ciroyla kapatmaya hazırlanıyor" diyor.

Ulusoy Un'u bu ölçeğe getiren birçok hamle var. Bunların başında kurumsallaşma çalışmaları, üretimde katma değerli ürünlere yönelme ve ihracata odaklanmak geliyor. Eren Günhan Ulusoy göreve başladığında sıfır olan ihracat bugün toplam gelirlerin neredeyse yüzde 70'ini oluşturuyor. Katma değerli ürün üretimine ve endüstriyel müşterilere de yönelen şirket, önümüzdeki dönemde büyümesinde hız kesmek niyetinde değil.

3 ÖNEMLİ DERS

Ulusoy, iş hayatında 3 kritik dersin kendisi için çok önemli olduğunu belirtiyor ve bunları şöyle anlatıyor:

"2008'de kur riskini öğrendik. O deneyimin ardından 10 yıldır pozisyonumuzu hedge ediyoruz. 2011'de ihracatımızın yarısını Endonezya'ya yapıyorduk. Ancak o yıl Endonezya anti damping vergisi uyguladı ve bir anda ihracatımız çöktü. Sonra pazar çeşitlemesine gitme kararı aldık. 2016'da Türkiye'nin de toplam gelirdeki paydan yüzde 50'nin üzerinde pay almaması kararını aldık."

2019 yılında 60 milyon TL'lik yatırımla hayata geçen yeni bir fabrikayı devreye alacaklarını belirten Ulusoy, bu tesisle birlikte mevcut üretim kapasitelerinin 2 katına çıkacağını ifade ediyor. Artan kapasiteyle ihracatın yanı sıra iç pazarda da konumlarını daha fazla güçlendireceklerini sözlerine ekliyor.

Ulusoy Un için sürdürülebilir büyüme rakamı yüzde 20. Gelecek 5 yıl boyunca her yıl en az bu oranda büyüme hedefleri olduğunu dile getiren Ulusoy, "Böylelikle 5 yıl içinde bugünkü büyüklüğümüzü 2'ye katlamış oluruz" diyor. "Buğday aşkına" mottosuyla hareket eden Ulusoy Un, önümüzdeki dönemde buğdayla ilgili zincirdeki her yerde var olmayı da hedefliyor. Şu anda lojistik ve depolama işlerinin olduğunu bundan sonra zincirde ileriye ve geriye doğru yani üretime doğru genişlemeyi istediklerini de belirten Eren Günhan Ulusoy, "Bunu da bölgesel ve global bazda yapmayı hedefliyoruz. 2029'da hedefimiz, Türkiye'nin en büyük tarımsal sanayi şirketi olmak" diye konuşuyor.

BURAK ÖVÜNÇ / FLO MAĞAZACILIK CEO'SU

"URFA'YI AYAKKABI MERKEZİ YAPACAĞIZ"

Flo Mağazacılık, Türkiye'nin en büyük ayakkabı perakende markası. 68 yaşındaki şirket, 15 ülkede toplam 557 mağazayla faaliyet gösteriyor. 9 bin 700 kişiye istihdam yaratıyor. Bu yılı 3,5 milyar TL ciro ile kapatmaya hazırlanan Flo, gelecek yıl da yüzde 30 büyümeyle cirosunu 4,5 milyar TL'ye çıkarmak hedefinde.

Bunu da hem yurt dışında hem yurt içinde büyüyerek ve üretimdeki gücünü pekiştirerek gerçekleştirmek niyetinde. 2018'de toplam 82 yeni mağazayı bünyesine katan Flo, gelecek yıl da 75 yeni mağaza daha açmayı planlıyor.

Satışlarının yüzde 92'sini Türkiye'de üreten şirket, Şanlıurfa'da ikinci fabrikasını hayata geçiriyor. Flo Mağazacılık Urfa'daki ilk fabrikasını 4 yıl önce açmıştı. Halihazırda 900 kişinin istihdam edildiği bu fabrikayla birlikte ilin ayakkabı yapımında uzmanlaşmaya başladığını ifade eden Flo Mağazacılık CEO'su Burak Övünç, şimdilerde bölgede 13 ayakkabı fabrikasının daha kurulmasının hedeflendiğini, kümelenme yöntemiyle Şanlıurfa'nın Türkiye'deki tüm ayakkabı üreticileri için merkez haline gelmesi için çalıştıklarını dile getiriyor. Övünç, "Yeni fabrikamız üretime başladığında fabrikalardaki toplam istihdamımız da 1.500 kişiye çıkacak" diyor.

GLOBAL HEDEF

Ayakkabı sektörü bir süredir sıkıntılı bir dönem yaşıyor. Ancak sektörün dünya ligindeki konumuna baktığımızda oldukça önemli bir yeri olduğu da dikkat çekiyor. Bugün Türkiye 400 milyon çift ayakkabı üretimiyle dünyada 7'nci büyük üretici. Üretilen iki çift ayakkabıdan birini de ihraç ettiğimizi belirten Burak Övünç, ihracatta da ilk 5 ülke arasında yer aldığımızı söylüyor. Üretimde gerçekleştirecekleri atılımla niyetlerinin global arenada da güçlü bir oyuncu olmak olduğunu dile getiren Övünç, "2023'te Türkiye'den çıkacak 10 global markadan biri olmak istiyoruz" diyor.

Flo üretimin yanında yurt dışına yönelik de yoğun bir ajandaya sahip. Yurt dışında 14 ülkede, 80 mağaza ile 292 milyon TL'lik ciroya ulaşan şirketin yol haritasında 2023'te 47 ülkede, 300 mağazada yer almak var. 2018'de 50 milyon dolar olan ihracatlarını 2023'te 300 milyon dolara çıkaracaklarını söyleyen Burak Övünç, bunu nasıl yapacaklarını da şöyle anlatıyor: "Bir yandan açtığımız yurt dışı mağazalarla dağıtım kanallarımızı genişletirken bir yandan da kendi markalarımız ve bünyemize kattığımız yeni markalarla yurt dışında büyümeyi sürdürüyoruz. İtalya'nın en çok satan ilk 3 ayakkabı markası arasında yer alan Lumberjack, 2018 yılında uluslararası pazarda yüzde 40 büyüme sağladı. Lumberjack markamızı Rusya, Orta Doğu ve diğer Avrupa pazarlarına da açmaya hazırlanıyor, ülkemizin ayakkabı ihracatına katkı sağlamayı hedefliyoruz. Bununla birlikte başta Rusya olmak üzere yakın coğrafyadaki ülkelerde ve Afrika'da yeni mağazalar da açmayı planlıyoruz."

YENİ DESTİNASYON
HO CHI MINH
DÜNYANIN EN ÇOK ÜLKESİNE UÇAN HAVA KARGO TAŞIYICISI
ŞİMDİ VİETNAM, HO CHI MINH'E DE UÇUYOR.
TURKISH CARGO
SPECIAL DELIVERY
HO CHI MINH
TURKISH CARGO
TURKISH CARGO
turkishcargo.com

FİLİZ YAVUZ DİREN / PHILIP MORRIS SABANCI GENEL MÜDÜRÜ

"BÜYÜK BİR DİJİTAL DÖNÜŞÜME İMZA ATIYORUZ"

Filiz Yavuz Diren, Philip Morris Sabancı'da geçtiğimiz aylarda genel müdürlük koltuğuna oturdu. Böylelikle şirketin Türkiye'deki ilk kadın genel müdürü, dünyada da şirketin sayılı kadın yöneticilerinden biri oldu. Aslında Diren'in şirkette 20 yıla yakın bir geçmişi var. İTÜ Endüstri Mühendisliği eğitiminin ardından ABD'de finans ve yönetim alanlarında MBA yaptıktan sonra kariyerine Philip Morris Sabancı'da finans departmanında başladı. Finansın sonrasında iş geliştirme ve planlama, kurumsal ilişkiler ve satış departmanlarında kritik görevler üstlendi. Hayata geçirdiği birçok başarılı proje de ona genel müdürlük yolunu açtı. Tüm bu projeler arasında geleneksel bayi kanalı için geliştirdiği yeni dijital iş modelinin kendisini en çok heyecanlandıran projelerden biri olduğunu belirten Filiz Yavuz Diren, bu projeye ilişkin şu bilgiyi veriyor:

"Geleneksel bayi kanalının tümüyle dijitalleştirilmesi ve dijital okur-yazarlığı artırma projemiz, bağlı bulunduğumuz Philip Morris International (PMI) bünyesinde de örnek teşkil etti. Bugün Türkiye çapında binlerce esnafımız; siparişlerini, stok yönetimlerini ve dolayısıyla sermayelerini mobil cihazlar ve bilgisayardan erişebildikleri e-sipariş uygulamasıyla daha verimli, hızlı ve etkin şekilde yönetebiliyor."

Dünya genelinde 180'den fazla ülkede 46 üretim tesisi ve 81 bin çalışanıyla faaliyet gösteren Philip Morris, Türkiye'de de 1992 yılında Sabancı Holding ortaklığında Philip Morris Sabancı olarak çalışmalarını yürütüyor. Toplam 6 bin kişiyi istihdam eden şirketin Türkiye'deki toplam yatırım miktarı 2017 yıl sonu itibariyle 1 milyar doları aşmış durumda. Sadece son 3 yılda 250 milyon dolarlık yatırım yaptıklarını ifade eden Diren, "İzmir Torbalı'daki fabrikamız Philsa, Philip Morris şirketleri içindeki en büyük üretim tesisi olma özelliğine sahip. 2017 yılında gerçekleştirdiği 220 milyon dolar ihracatla sektöründe Ege Bölgesi'nin lideri olma başarısını gösteren Philsa'dan halihazırda Orta Doğu'dan Afrika'ya 20'nin üzerinde ülkeye ihracat yapılıyor" diyor.

Genel müdürlük pozisyonunda Diren'in yine en önemli hedefi dijital dönüşüm projelerine yenilerini ekleyip yatırımlara devam etmek. 1 milyar dolardan fazla yatırım ve önemli seviyede ihracat yapan bir şirketin genel müdürü olarak, yatırımlara hız kesmeden devam etmek istediğinin altını çizen Diren, Philip Morris Sabancı'yı geleceğe taşırken dijital dönüşüm ve çalışana yatırımı ajandasının ilk sırasına koymaya devam edeceğini açıklıyor. "Büyük bir dijital dönüşüme imza atıyoruz. Dünyadaki teknolojik gelişimi ve dönüşümü yakından takip ederek, Türkiye'deki faaliyetlerimize bu dönüşüme önderlik eden şirketlerinden biri olarak devam etmeyi ilke edindik. Bu ilkeyle tüm iş yapış süreçlerimizi yeni teknolojilerin getirdiği imkanlar doğrultusunda yeniden şekillendiriyoruz" diye konuşuyor.

"HAYALİM YAZAR OLMAKTI"

Filiz Yavuz Diren, üç çocuk annesi. İş dışında kalan vaktinin çoğunu ailesiyle geçiriyor. Ailece gezmeyi ve yeni yerler keşfetmeyi seviyor. "Filiz olarak ise yapmayı en çok sevdiğim şey yazmak. Çocukluk hayalim yazar olmaktı. Gittiğim yerlerden aklımda kalanları yazmak ve zaman içerisinde görüş ve gözlemlerimdeki değişimi tekrar okumak ilginç oluyor" diyor.

#SMARTCASUAL

AVVA × MURAT BOZ

RAHAT OL,
TARZINI YAŞA.

SHOP ONLINE
avva.com.tr

avvaofficial avvaofficial avvaofficial

AHMET EKE / AYTEMİZ GENEL MÜDÜRÜ

AYTEMİZ'İN BÜYÜK HEDEFİ

Aytemiz, İsmail Aytemiz tarafından 2010 yılında kuruldu. Doğan Grubu'nun 2015 yılında şirketin yüzde 50 hissesini almasıyla birlikte de ortaklık yapısı değişti, hızlı büyüme dönemi başladı. Satın alma işleminin yapıldığı yıl 310 bayisi 11 ikmal noktası ve 4 depolama tesis kapasitesi olan Aytemiz'in bugün 76 ilde 600'ü aşkın sözleşmeli bayisi, Türkiye'nin tüm bölgelerinde 10 ikmal noktası ve 220 bin metreküp depolama kapasiteli depolama ve dolum terminalleri bulunuyor.

Aytemiz Genel Müdürü Ahmet Eke, 800 kişilik bir ekiple LPG ve akaryakıt piyasasında son 7 yıldır organik ve düzenli olarak büyüdüklerini belirtiyor. "Kurulan bu ortaklıkla daha güçlü bir konuma geldik. Bugün istasyonlarımızı günde 250 binin üzerinde araç ve 350 binin üzerinde tüketici ziyaret ediyor" diyor.

Geçtiğimiz yıl yüzde 27'lik büyüme kaydeden Aytemiz, bu yılı yüzde 30 büyümeyle kapatmaya hazırlanıyor. Pazar paylarında oto gazda yüzde 5'i geçtiklerini, beyaz ürünlerde yıl sonunda pompadaki bayi satışlarında yüzde 5'i geçmiş olacaklarını açıklayan Eke, sözlerine şöyle devam ediyor:

"Sektörümüzde toplam 96 dağıtıcı şirket mevcut. Pazar payı olarak her geçen yıl üzerine koyarak ilerliyoruz. 2017'de bir önceki yıla göre yüzde 15,7, bu yılın ilk 7 ayında ise 2017 yılına göre pazar payımızın yüzde 8,6 oranında büyüdüğünü görüyoruz. Bu verilerin ışığında, yoğun rekabetin olduğu sektörümüzde kısa vadede hedeflediğimiz noktaya ulaşacağımızı düşünüyorum. Yılı 8,5 milyar TL civarında ciroyla kapatmayı hedefliyoruz. Dolayısıyla Aytemiz, Capital500 listesinde bu yıl 10 basamak daha tırmanacak. Üç yıl sonra yani 2021 yılında ilk 15'in içinde olmayı arzu ediyoruz."

Ağırlıklı Marmara Bölgesi'nde büyüyen Aytemiz, büyürken istasyonların lokasyonları, satışları ve verimlilikleriyle değer katan istasyonlardan oluşmasına odaklanıyor.

2017 yılında başlayan, 2018'de hızlanan ve 2019'da devam edecek operasyonel iyileştirmelerine ek olarak tüketici memnuniyetini daha da artırmaya yönelik projeler üretmeye çalıştıklarını anlatan Eke, "Rekabeti yoğun bir sektördeyiz. Amacımız kaliteli ürünlerimizin yanı sıra hizmette de farklılaşmak" diyor.

"TENİS OYNUYORUM"

Ahmet Eke, son 8 yıldır Aytemiz'de genel müdür olarak çalışıyor. İşi gereği finans sektörünü ve gündemi yakından ve ilgiyle takip ediyor. İş dışı en büyük ilgi alanı ise gurme seyahatler. "Her ne kadar yemeğe çok düşkün olmasam da yurt çapında yöresel lezzetlerin keşfi ve tadımı için son 7 yıldır, her defasında farklı bölgeler olmak üzere 'gurme' seyahatler yapıyorum" diyor. Aktif olarak tenis oynayan Eke aynı zamanda büyük bir Fenerbahçe tutkunu. Her fırsatta takımının yanında olmaya çalıştığını söylüyor.

HOTİÇ
hotic.com.tr
Sevgimiz Karşılıklı

Nevzat Aydın

Yemeksepeti CEO'su

İş dünyasında sürtünme, hepimizi yakar

Danışmanlık şirketi Accenture'ın her yıl Teknoloji Vizyonu adıyla yayınladığı ve şirketlere teknoloji trendleri hakkında bilgiler aktardığı bir rapor var. Raporda, yeni bir trend özellikle dikkat çekiyor. "Sürtünmesiz işletme" (Frictionless Business) adlı bu trend, özetle işletmelerin büyümek için teknolojik ortaklıklar gerçekleştirmesini, ortak platformlar oluşturmasını ve ortak veri kullanımını anlatıyor.

Sürtünmesiz işletme kavramını incelemek için öncelikle işletmelerin bu konuda yaşadıkları problemleri anlamak gerektiğini düşünüyorum. Fiziğin en temel kavramlarından biri olan kuvvet konusunun alt başlıklarından biri olan sürtünme kavramı, "kuvvet x yol = iş" formülündeki iş sonucunu etkileyen bir kriter. Bir cisme uyguladığınız kuvvet ve bu kuvvet sonucu aldığınız yolun birbirine etkisi, yaptığınız işin sonucunu veriyor. Ancak ortama sürtünme kriteri girdiğinde, hareketi engelleyici özelliği olduğu için cisimlerin mekanik enerjisini azaltıyor. Azalan mekanik enerji kadar enerji ise ısı enerjisine dönüşüyor.

İŞTEKİ ANLAMI

Bu temel fizik bilgisinden sonra iş hayatında sürtünme kavramına bakabiliriz. İş hayatında sürtünme de, en basit haliyle yaptığımız işin sonucunu etkileyen dış etmenlerdir. Yani yaptığımız işte pürüzlerin çıkması diye de özetleyebiliriz. Nedir bu pürüzler? Mehmet R. Doğan ve Yiğit Ahmet Kurt, Pürüzlü Mükemmellik adlı kitapta bu pürüzler arasında "Bir ürün satın alırken web sitesinin sizin sahip olduğunuz tarayıcıda çalışmaması, belirli bir hizmet almak için girdiğiniz şirketin sizden yanınızda olmayan ve en önemlisi, sizce gereksiz olan belgeler istemesi" gibi örnekleri veriyor. Ya da kendi işimden örnek verirsem, bir motorlu kuryenin yemeği teslim edeceği adrese bir navigasyon uygulamasıyla gitmesi yerine, eskiden kalma usullerle sağa sola sorarak araması ve bu nedenle geç giderek müşteriye soğuk yemek götürmesi bir pürüz olarak değerlendirilebilir.

Sağlık sigortası yapan bir şirket düşünün ve ilk kez sağlık sigortası yaptıracak biriyle yapılan görüşmede müşterilerinin sadece sözlü beyanına dayanarak sağlık risklerini tespit ettiğini hayal edin. Eğer müşteri sözlü beyanında, size ailesindeki genetik problemleri ya da daha önce yaşadığı sağlık sorunlarını gizlerse sigorta şirketinin müşterisi için oluşturacağı risk katsayısı düşük olacaktır. Ancak bununla birlikte müşterisinin sağlıklı yaşam için yaptığı aktiviteleri ya da sağlıklı beslendiğini bilmemesi de yine risk katsayılarını müşteri aleyhine etkileyecektir. Böylece müşterisi için yaptığı sağlık öngörüleri ve aldığı prim ödemeleri eksik kalacaktır. Bu bilinmezler, sigorta şirketi için sürtünmeyi artıran pürüzler.

Tekrar temel fizik ile açıklarsak; sürtünme nedeniyle azalan mekanik enerji kadar enerji ısı enerjisine dönüşür. Bunu iş dünyasına yansıması ise pürüzlerin işinizi giderek ısıtarak yanmasına neden olmasıdır. Yani pürüzleri ortadan kaldırmazsanız, yanarsınız. Bu nedenle şirketler, artık teknolojinin de gelişimiyle ortaklıklar kurarak sürtünmeyi, rekabet nedeniyle artan sıcaklığı düşürmek için pürüzleri ortadan kaldırmaya çalışıyor. Accenture'ın 'sürtünmesiz işletmeler' olarak adlandırdığı trend de temel olarak bu gelişmeleri işaret ediyor.

İŞ BİRLİĞİ ZAMANI

Sürtünmesiz işletmeler kavramının en önemli noktası, şirketlerin teknolojik altyapılarını mikro hizmetlere bölerek ve iş birliğine açarak farklı şirketlerin uygulamalarıyla entegre ederek birbirleriyle uyumlu uygulamalar yaratması. Bunun temel nedeni, aslında herkesin doğru veriye hızlı bir şekilde ulaşmak istemesi. Defalarca bahsettiğimiz üzere günümüzün en önemli konusu veri. Ne kadar çok veriye sahipseniz ve bu veriyi ne kadar doğru ve hızlı bir şekilde analiz ederseniz yaptığınız işi ve müşteriye sunduğunuz hizmeti o kadar mükemmelleştirme imkanına sahipsiniz. Bu nedenle şirketler birbirleriyle teknolojik iş birliklerine giderek birbirlerinin verilerinden faydalanmak istiyor.

Şirketler daha önceki yekpare teknolojik altyapılarını artık açık uygulama programlama arayüzleri (open APIs) ile bölerek mikro hizmetler şeklinde parçalara ayırıyor ve bu parçaları uygun iş birliklerine açarak pek çok farklı kanaldan

müşterileriyle etkileşime giriyor. Bu etkileşimleri tek bir çatı altında entegre bir şekilde işleyerek yepyeni sonuçlara ulaşıyor.

Örneğin Mastercard, Masterpass uygulamasını e-ticaret şirketlerinin uygulamalarıyla entegre ederek tüketicilerin satın alma işlemlerini herhangi bir kesintiye uğramadan sürdürmesini sağlıyor. Bugün pek çok e-ticaret uygulaması kendi arayüzleriyle Masterpass arayüzünü entegre ederek e-ticaretin en sorunlu aşaması olan ödeme aşamasını güvenli bir şekilde aşmaya başladı. Bu şekilde tüketiciler, kredi kartı bilgilerinin güvenliğinden emin oluyor ve her seferinde kredi kartı bilgilerini girmeye gerek kalmadan hızlı bir şekilde ödeme yapabiliyor.

Mastercard'ın e-ticaret şirketleriyle yaptığı iş birliği anlaşılabilir ve çok uyumlu. Ancak birbiriyle uyumlu olmadığı düşünülebilecek uygulamalar da şirketler için sürtünmeyi azaltacak şekilde iş yapabilmeleri için fırsat yaratabilir. Örneğin sağlık sigortası şirketleri birbiriyle alakasız görünen uygulamalarla entegrasyon sağlayabilir.

Hastanelerle yapılan iş birlikleri nedeniyle sağlık sigortası şirketleri müşterilerinin yaşadığı sağlık problemlerini öğrenebiliyor ve bu verileri daha sonra kullanabilmek üzere saklıyor. Bu durum bir sonraki sözleşme yenileme döneminde müşterinin riskini artırıyor ve ödeyeceği primler de o doğrultuda yükseliyor. Peki bu müşteri yaşadığı sağlık probleminden sonra doktorunun tavsiyesi üzerine koşmaya başladıysa ve bu egzersizler de yaşadığı sağlık riskini giderek düşürüyorsa? Sigorta şirketi, piyasadaki mevcut koşu ve egzersiz uygulamalarından biriyle veya birkaçıyla iş birliğine gitse ve müşterisinin yaptığı egzersizleri ve düzenini kontrol etse bu egzersizler doğrultusunda da müşterisine puan vererek sigorta yenileme döneminde priminde indirime gitse nasıl olurdu? Ya da Yemeksepeti ile iş birliği yaparak ortak bir altyapı oluşturup müşterisinin yemek yeme alışkanlıklarını kontrol etse, doktorun yasakladığı yemekler yerine, tavsiye ettiği yemekleri sipariş ettiğinde puan verse ve yine bu puanlar sayesinde sigorta yenilerken müşterisine indirim yapsa? Bu sayede müşterisini memnun ederek kendi risklerini de düşürebilir.

NE SAĞLIYOR?

Accenture, raporunda ayrıca blockchain teknolojisinin önemine vurgu yapıyor. Verinin paylaşımı ve farklı uygulamaların blockchain üzerindeki bu onaylanmış verileri kullanarak işlemleri gerçekleştirmesi, giderek artan bir şekilde hem devletler hem de şirketler tarafından kullanılmaya başlandı. Accenture'ın raporunda yer alan Estonya örneğinde olduğu gibi devletler de sağlık verilerinden vatandaşlık bilgilerine kadar pek çok kişisel veriyi blockchain'e entegre bir şekilde kullanabiliyor. Hem veri güvenliği hem de ortak paylaşım sunan bu teknoloji sayesinde devlet kurumları birbirlerine entegre ve hızlı bir şekilde işlemlerini halledebiliyor. Bütün vatandaşlık bilgileri blockchain üzerinde yer alıyor ve kurumlar mikro hizmet uygulamalarıyla tüm vatandaşlık verilerine bu sistem üzerinden erişebiliyor.

Bu sistemin tüm ülkeler tarafından kullanıldığını düşünün. Böyle bir durumda, başka bir ülkeye gitmek için vize başvurusunda bulunduğunuzda sizden hiçbir belge istenmesine gerek kalmadan, sadece (belki de elektronik imzanın yeterli olacağı) başvuru yaparak değerlendirmeye alınabilir ve vizenizi alabilirsiniz. Ayrıca bu şekilde ülkeler arası güvenlik sorunlarının da çözümlenmesi mümkün. Interpol'ün işi sizce de böyle bir blockchain paylaşımıyla daha kolay olmaz mıydı?

Peki sürtünmesiz bir iş ne sağlıyor? Öncelikle "güven" yaratıyor. Mesela Uber'in geri plandaki araç kontrolleriyle yolcunun, belirli bir sürücünün aracıyla hangi güzergahı izleyerek nereye gittiğinin Uber tarafından kontrol edildiğini bilmesi güven oluşturuyor. Uber'in söz konusu geri plan kontrollerindeki en önemli teknoloji ise kendi API'sini Google'ın harita API'siyle entegre etmesi.

Bu da "hız"ı getiriyor. Bankaların, API'lerini kullanıcı verilerine kolayca ulaşabilmeleri fintek start up'larına açması sayesinde, artık cep telefonlarımızdan ödemelerimizi anında yapabiliyoruz.

Ayrıca "basitlik" sağlıyor. Tüketicilere giderek kullanımı daha kolay ve anlaşılabilir uygulamalar sunan girişimciler, daha büyük şirketlere de böylece tüketiciye ulaşabilmeleri için avantaj sağlıyor.

Sürtünmesizliğin getirdiği en önemli avantajlardan biri de "güvenlik". Verinin önemli olduğunu her zaman vurguluyoruz. Bu verinin güvenliği ise daha da önemli.

Son olarak önemli getirilerden biri "anlık" hizmetler sunulabilmesi. Teknoloji ilerledikçe hizmet alma süreleri de giderek kısalıyor. Bu da şirketler ve tüketici için zaman kazandırıyor. Blockchain ve kripto paralar finans sektöründe hızı her geçen gün artıran ögeler.

Önümüzdeki dönemde şirketlerin teknolojik anlamda iş birlikleri ve paylaşımlarının giderek artacağını vurgulayan Accenture, şirketlerin işlerini baştan ayağa en kısa sürede yeniden yapılandırmasını öğütlüyor. Bu nedenle büyüme için uygulamalarını ve hizmetlerini nasıl yapılandırdıklarını yeniden değerlendirmeye başlamaları ve en kısa sürede mikro hizmetlere bölmeye başlamaları önemli. Bu sayede hiç aklınıza gelmeyecek iş birlikleri, işinizin birden büyümesini sağlayabilir.

Anton Çehov, "Bizi çalışmak kurtarır." demişti 19. yüzyılın sonlarına doğru. Bugün ise bizi "iş birliği yaparak" çalışmak kurtaracak gibi gözüküyor.

10 SORUDA

ÖDEME SİSTEMLERİ

YASEMİN ERDOĞAN yerdogan@capital.com.tr

Ödeme pazarında iştah yüksek

Türkiye'deki ödeme sistemlerinde kart kullanımı her geçen gün artıyor. Son 10 yılda yaşanan gelişim çarpıcı… 2008'de 3,4 milyar TL olan banka kartı alışveriş tutarı, bugün yıllık 94 milyar TL'ye ulaşmış durumda. 2008'de 165 milyar TL olan kredi kartı alışveriş tutarı ise 4 katına çıkarak yıllık 699 milyar TL seviyesine yükseldi. Yaklaşık 2 yıl önce kullanıma giren "Türkiye'nin Ödeme Yöntemi" TROY, pazardaki bu büyümede önemli bir rol üstleniyor. Bankalararası Kart Merkezi (BKM) Genel Müdür Yardımcısı **CENK TEMİZ** ile Türkiye ödeme sistemleri pazarındaki hızlı gelişimi ve TROY'un geldiği noktayı konuştuk:

1 Son verilere göre Türkiye ödeme sistemleri sektörünün büyüklüğü nedir?

Ekim 2018 verilerine göre Türkiye'de 66 milyon kredi kartı, 142 milyon banka kartı olmak üzere toplam 208 milyon kart bulunuyor. Son 1 yılda kredi kartlarıyla 699 milyar TL, banka kartlarıyla ise 94 milyar TL kartlı ödeme gerçekleşti. Yıl sonunda toplam kartlı ödeme hacminin 820 milyar TL'yi geçeceğini öngörüyoruz.

2 Pazarda yıllar itibarıyla nasıl bir büyüme oldu?

2008'de 3,4 milyar TL olan banka kartı alışveriş tutarının yaklaşık 30 kat artarak bugün yıllık 94 milyar TL'ye ulaştığını görüyoruz. 2008'de 165 milyar TL olan kredi kartı alışveriş tutarı ise 4 katına çıkarak yıllık 699 milyar TL seviyesine ulaştı. Banka kartı alışveriş tutarı geçen yıla kıyasla yüzde 40 büyürken kredi kartı alışveriş tutarı yüzde 19 büyüme gösterdi. Toplam kartlı ödemeler ise geçen yıla kıyasla yüzde 21 büyüdü.

3 Pazardaki gelişimi hızlandıran dinamikler neler?

Kartlı ödemelerin yıllar itibarıyla enflasyon paralelinde, dönem dönem ise enflasyon rakamlarının üzerinde büyüme gösterdiğini söyleyebiliriz. Son yıllarda büyümedeki temel etkenin, finansal sisteme yeni giren kullanıcılar oldu. 2014'te 19,8 milyon kişinin bireysel kredi kartı mevcutken bugün bu sayı 25,4 milyona ulaştı. Banka kartı tarafında ise yaklaşık 40 milyon kişinin banka kartı sahibi. Halen 20 milyondan fazla kişinin sistem içinde yer almadığını görüyoruz. Kat edilecek önemli bir mesafe var. Son 1 yılda banka kartı cirosu yüzde 40, ticari kredi kartı cirosu yüzde 32 büyüdü. Bireysel kredi kartları ise yüzde 15 büyüme gösterdi.

Market ve AVM sektörü son 1 yılda YÜZDE 18 pay ve 144 MİLYAR TL ile en fazla kartlı ödeme yapılan sektör oldu.

4 En fazla kullanılan ödeme sistemleri hangileri? Bunların pazardaki payları nasıl?

Son 1 yıl itibarıyla yaklaşık 7 milyar adet kartlı işlem gerçekleşti. Bu işlemlerin yüzde 79'unu POS'lar üzerinden gerçekleşen alışveriş işlemleri oluştururken yüzde 21'ini ise ATM'lerden yapılan nakit çekim işlemleri oluşturuyor. Kartlı ödemelere tutar bazında bakıldığında son 1 yılda 793 milyar TL ödeme gerçekleşirken bunun 131 milyar TL'sini internetten yapılan kartlı ödemeler oluşturuyor. Kartlı ödemelerin dinamosunun internetten yapılan kartlı ödemeler olduğunu gözlemliyoruz.

5 Ödeme sistemlerinde sektörel dağılım nasıl?

Market ve AVM sektörü son 1 yılda yüzde 18 pay ve 144 milyar TL ile en fazla kartlı ödeme yapılan sektör oldu. Akaryakıt istasyonları yüzde 9 pay ve 76 milyar TL, giyim sektörü yüzde 8 pay ve 66 milyar TL, çeşitli gıda yüzde 7 pay ve 55 milyar TL ile en fazla kartlı ödeme yapılan diğer sektörler.

6 En az tercih eden sektörler hangileri? Nasıl artırılabilir?

Temassız işlem özelliğinin toplu ulaşımda çok rahat kullanılabileceğini ve yaygınlaştırılması gerektiğini düşünüyoruz. Bununla beraber noterler, tapu müdürlükleri, vergi daireleri, emniyet ve trafik şube müdürlükleri ve SGK merkezleri gibi kamu kurumlarında kart kabulünün yaygınlaştırılması kullanıcılara büyük kolaylık sağlayacaktır.

7 Banka kartı kullanımında, yıllar itibarıyla gelişim nasıl?

Son 1 yıldaki 5,5 milyar adet kartlı ödeme işleminin yüzde 32'si banka kartları tarafından gerçekleşti. 10 yıl önce her 25 kartlı ödemeden 1'i banka kartlarıyla gerçekleşirken bugün her 3 kartlı ödemeden 1'i banka kartlarıyla yapılıyor. Banka kartlarının alışveriş tutarında 2018 sonunda 100 milyar TL'ye ulaşacağını söyleyebiliriz.

8 Kredi kartı kullanımında yıllar itibarıyla gelişim nasıl?

Kredi kartları sağladığı taksit avantajıyla en çok tercih edilen ödeme araçlarından biri. 10 yıl önce 1,6 milyar adet olan kredi kartlarıyla ödeme adedi son 1 yılda 3,8 milyar adede ulaştı. Bugün kartlı ödemelerin 3'te 2'si kredi kartlarıyla gerçekleşiyor. Banka kartına göre sağladığı taksit imkanıyla daha yüksek tutarlı ödemelerde tercih edilen kredi kartlarıyla ödeme tutarı, 10 yıl öncesine göre 4 kat arttı. Bu rakamın 2018 sonunda 720 milyar TL'ye ulaşacağını öngörüyoruz.

9 Ödeme sistemleri pazarının büyümesi için nasıl bir yol izlenmeli?

Kartlı ödemeler vergi gelirlerini artırır, vergi yükünün adil bir şekilde dağılmasını sağlar, suçla mücadelede yardımcı olur, finansal sistemin etkinliğini artırır. Ayrıca nakitin sebep olduğu sahtecilik, hırsızlık, kayıp gibi zararları ve naktin basılması ve taşınması maliyetlerini önler. Tüm bunları göz önünde bulundurduğumuzda kartlı ödemelerin yaygınlaştırılmasını öncelikli bir politika haline getirmeliyiz. Örneğin İtalya'da 30 Euro üstü ödemelerde kart kabulü zorunlu hale getirildi. Güney Kore'de çok uzun bir süre kartlı ödemelere vergi avantajı sağlandı. Ülkemizde de benzer düzenlemeler bir farkındalık ve teşvik unsuru olabilir.

10

TROY nasıl doğdu, nasıl bir noktaya geldi? Önümüzdeki dönem hedefleri neler?

TROY, nakitsiz ödeme yapılmasını sağlayan yerel kartlı ödeme sistemi. Adını "Türkiye'nin Ödeme Yöntemi"nden alıyor. Nisan 2016'da ilk TROY işlemini yaptık. 2017 Mayıs'ta ise kullanıcı lansmanını gerçekleştirdik. Bugün 25 banka, 3 elektronik para kuruluşu olmak üzere toplam 28 üyesi bulunuyor. Bu üyeler Türkiye kartlı ödemeler pazarının yüzde 100'ünü temsil ediyor. Türkiye'nin her yerinde ve tüm dünyada geçerli. Kart sayımızı 2018'in ilk 9 ayında 3 katına çıkardık ve bu sayede 5 milyonu aşkın karta ulaştık. 2018'de yeni verilen her 100 kartın 28'i TROY logoluydu. Hedefimiz ise 2020'de 20 milyon adet karta, 2023'te ise 40 milyon adet karta ulaşmak. TROY ile iki ana amacımız var: Bize ait bir markayla sektöre yön vermek ve ülkemize değer yaratmak. İlk amacımızı başarmanın tek yolunun inovasyandan geçtiği bilinciyle TROY İnovasyon Merkezi'ni kurduk. Mobil ödeme şu an kullanımda. "Artırılmış gerçeklik", "giyilebilir teknolojiler" ve "nesnelerin interneti" konularındaki pilot çalışmaları da Ekim 2018'de tamamladık. Tüm bu imkanları, yenilikçi teknolojilere henüz erişememiş kişiler için, işletmelerimizin daha fazla kişiye ulaşarak daha fazla ürün ve hizmet satabilmeleri için kullanalım istiyoruz.

ŞİRKET DOKTORU

M. RAUF ATEŞ
rates@capital.com.tr

Çorum'daki toplantıdan öğrendiklerim

Uzun süredir Çorum'a yolum düşmemişti. Anadolu Buluşmaları kapsamında 27 Kasım'da yüksek katılımlı bir toplantı yaptık. Diğer sayfalarda etkinlikle ilgili haberi bulabilirsiniz. Ben, "Çorum'a Yön Veren Markalar" oturumunda yer alan, Çorumlu iş insanlarının konuşmalarından birkaç önemli başlığı paylaşmak istiyorum:

ANADOLU MARKALARI

1 ERDEM ÇENESİZ
Ece Holding'in yönetim kurulu başkanı olan Erdem Çenesiz'in dedesi iş hayatına dülger olarak başlamış. Ağaç işinde kullanılan makineleri kendisi üreterek büyümüş. Üçüncü kuşak olan Erdem Çenesiz ise babasının arkadaşlarının, "Bütün birikimleri batıracaksın" uyarısına rağmen seramik işine girmiş. Çok yakında İtalya'da aldıkları tesisi Çorum'a taşımış. Yeni kuşak aile bireylerinin de kendisi gibi "yeni işlerde" şanslarını denemesi gerektiğine inanıyor.

2 GÖRKEM ALAPALA
Alapala Grubu'nun üçüncü kuşak bireyi… Neredeyse hiç Türkiye'de durmuyor. Müşteri peşinde dünyayı dolaşıyor. Ciroları 400 milyon lira düzeyinde. İhracatın payı yüzde 95'e ulaşmış. Makine ihracatında Türkiye'de 18'inci sırada. Yakın zamanda kendilerine Çorum'da fabrika kuran şirketi satın almışlar. Hedefinde yurt dışında ortaklık ve satış ağı geliştirme çalışmaları var. Alapala, "Türkiye'de makarna üretim teknolojisi yok. Böyle bir tesis kurmayı hedefliyoruz" diyor.

3 AHMET AHLATÇI
Ahlatçı Holding'in patronunun adını Milli Piyango ihalesinde duymuş ve "Bu grup da kim" demiştim. Ancak, sadece Çorum'dan yaptıkları ihracat 21 milyar TL. Altın rafinerisi işletiyor, altın ticareti yapıyorlar. Çorum'da AVM ve hastaneleri var. Altın işinde olmaları nedeniyle 21 milyar dolar ciro yapıyorlarmış. İşe kuyumculukla başlayan bir iş adamı için önemli bir başarı…

4 SELMAN BİLAL
Biz onu Bils gömlekleri ve Bilsar şirketiyle tanıdık. Ancak öğrendim ki iç pazardan, Türkiye koşulları nedeniyle uzaklaşmış. Çorum'da, alanının en büyük fabrikasından ürettiklerini dünyaya satıyor. İhracatı 48 milyon dolara ulaşmış. O da üçüncü kuşak.

5 AVŞİN KAŞIKÇI
Kavukçu Grubu'nun 3. kuşak bireyi… Yakın zamanda CEOClub'a üye oldu ve oradan tanıyorum… Türkiye'nin en büyük un üreticilerinden birini yönetiyor. Cirosunun yüzde 76'sı ihracata gidiyor. Deniz aşırı ihracatta yüzde 20 ile en büyük paya Kavukçu Grubu sahipmiş. Un üretiminde ise lider durumdalarmış.

6 AVNİ ÇELİK
Çorum'daki toplantıda, Çorumlu olan Sinpaş Holding'in patronu Avni Çelik'i de dinledim. Zorluklarla meslek lisesini bitirmiş, yine mali zorluklara rağmen mühendislik okumuş. Anlattığı hikayesi salondakileri duygulandırdı. Ondan bu toplantıda şunu öğrendim: Aslında ekonomide sıkıntılar ortaya çıkmasa, bu yıl emekli olacakmış. Sıkıntılar nedeniyle dizginleri biraz daha tutmaya karar vermiş. İşler düzeldiğinde Avni Bey'i daha çok sosyal işlerde göreceğiz.

"İyi liderler, fikirlere de öncülük etmeli

Bir hafta sonu televizyonda tesadüfen Microsoft'un bir önceki CEO'su Steve Ballmer ile yapılan söyleşiye rastladım. David Rubenstein Show'da öğrencilik hayatından bugüne, çeşitli açılardan çok güzel değerlendirmeler yaptı. Açıkçası son dönemde böyle öğretici, ilham verici (abartmıyorum) bir sohbet izlememiştim. Ben de çok şey öğrendim. Öğrendiklerimi paylaşmak istiyorum.

STEVE BALLMER

1 Utangaçlık aşılabilir bir duygudur. Steve Ballmer, çocukken hep utangaçmış. Hem de aşırı derecede… Harvard'a girmiş, bu konuda ilerleme sağlayamamış. Üniversiteden sonra ilk şirketi P&G imiş. Yanındaki arkadaşıyla tanışırken "Selam ben Steve… Kusura bakma elim biraz ıslak. Çok utangacım, ellerim terliyor" uyarısını yapmış. Ancak aşmayı da becermiş… "Başarı, deneyim ve topluluk önünde konuşarak" utangaçlığı üzerinden atmış.

2 Büyük şirketlerin ikinci başarıyı yapması zordur. Ballmer'a göre, dev şirketleri başarıya taşıyan, "tek bir numaraları" vardır. Bütün hayatlarını o numara üzerinde kurarlar. Çok ender olarak bu tip şirketlerden "İkinci numara" çıkar. Oysa bulut bilişimde dev bir şirket çıkaran Amazon, bu konuda istisna oldu. O tarihlerde Amazon'un en önemli numarası perakendedeki başarısıydı. "Hayret edici şekilde bulutta da başarılı oldular" diyor.

3 Birinci adam varken başarı zor. Steve Ballmer, 2006 yılında CEO olarak ilan edilmiş. Ancak, Bill Gates yazılım lideri olarak şirkette devam etmiş. "2008 yılında ayrılıncaya kadar kendimi gerçek CEO hissetmedim" sözleriyle önemli bir konunun altını çiziyor. "Çünkü paylaşılan sorumluluklar vardı ve bu öyle düşünmemi engelliyordu" diye ekliyor.

4 100 milyon adet bilgisayar satılır mı? Microsoft'un ilk yıllarında Intel'in efsanevi CEO'su Andy Grove'un bir açıklamasını dinlemişler. Grove, gelecekte yılda 100 milyon adet bilgisayar satmanın mümkün olacağını açıklıyormuş. Gates ile birbirlerine bakmışlar ve "Bu adam delirmiş" yorumunu yapmışlar. Oysa bugün yılda 300 milyon adet bilgisayar satılıyor.

5 İyi liderin iki özelliği… Ona göre iyi liderin iki önemli özelliği var. Birincisi, insanlara liderlik etmek. Bu kendini işe adamak ve insanların seni anlamalarıyla ilgilidir. Lider kendini adamalı ve oyuna odaklanmalıdır. Oysa liderliğin az bilinen ikinci kısmı da vardır. O da "Fikirlerin de lideri olmanız" gerekliliğidir. Hem kendi çalışanlarınız hem diğer kişiler için yapabileceğiniz en kötü şey, "Hadi yürüyelim, gidelim" demeniz, ancak hiçbir yön göstermemenizdir.

Yeni dönemde liderlerin, insanları teşvik edecek fikirlere de öncülük etmesi gerekiyor. Tabii bu fikirler doğru olmalı ve kendinizi adamalısınız.

Amazon bir gün batacak mı?

Geçtiğimiz ay içinde Amazon'da "geleneksel" çalışan buluşmalarından biri yapılıyordu. "All-Hands" denilen bu toplantıda şirketin kurucusu Jeff Bezos, gelişmelerle ilgili bilgi veriyor, gelen soruları yanıtlıyordu. 1 trilyon dolara yakın bir değeri olan şirketin sahibinin sözleri herkesi şaşkına çevirecekti:

"Amazon batmayacak kadar büyük bir şirket değil. İşin doğrusu benim tahminim bir gün Amazon da başarısız olacak. Amazon da iflasa gidecek. Eğer büyük şirketlere bakarsanız, yaşam süreleri 30 ya da biraz daha fazla. Ancak 100 yıldan fazla değil."

Bezos, bu tahminine de "1900'lü yılların Amazon'u" olarak nitelendirilen Sears şirketini örnek gösterecekti. O yıllarda katalog işiyle başlayan, ardından hızla, bir günde depolarından 100 bin sipariş çıkaran şirkete dönüşmüştü. Amazon'un bugün fiziki perakendecilere yaptığını, o yıllarda da Sears "katalogla" satış şirketlerine yapmıştı. Çok sayıda şirketi iş hayatından silmişti.

Bezos, belki çalışanlarını, yönetici takımını kışkırtmak için bunu söyledi. Ama iş dünyasının tarihi, bir zamanlar dev olan şirketlerin çöküşü ve batışıyla dolu… O nedenle de çalışanlarına, "Çöküşümüzü önlemek için müşteri takıntılı olun" önerisinde bulunuyor ve ekliyordu:

"Eğer müşteri yerine kendimize odaklanırsak, bu bizim sonumuzun başlangıcı olur. Biz sonumuzu mümkün olduğunca ertelemek için elimizden geleni yapmayı denemeliyiz."

IAN BREMMER

Eurasia Group Başkanı
@ianbremmer

Yeni dönem ne getirecek?

Donald Trump döneminde ABD'de yapılan ilk ulusal seçimler kasım ayında tamamlandı. Beklendiği üzere Demokratlar, Temsilciler Meclisi'nde çoğunluğu ele geçirerek siyaset dengesini Trump'ın partisi aleyhine değiştirdi. Başkan'ın Cumhuriyetçi Partisi ABD Senatosu'ndaki çoğunluğunu daha da artırdı, ancak Demokratlar iki yıl sonra ilk defa gerçek güce kavuştu. Seçmenler 2010 yılında Barack Obama'nın Demokratlar'ına sırt çevirmişti. Bu sonuç başkanın ve onun partisinin net bir şekilde gözden düştüğü anlamına gelmiyor, ancak buna rağmen çok önemli. Trump seçmenlerini ve medyayı bu seçimleri kendisinin Beyaz Saray'daki performansına yönelik bir halk oylamasıymış gibi görmeye ikna etme konusunda oldukça fazla çaba gösterdi. Sonuçta her iki partiye de uzak duran çok sayıda seçmenin kitleler halinde ona karşı oy kullandığı anlaşılıyor.

Peki Başkan Trump buradan nereye gider? Washington'daki bu yeni gerçeklik onun dış politikasını nasıl etkiler? Öncelikle Trump muhalefet partisinden yükselecek müthiş bir politik baskıyla yüzleşecek. Demokratların ellerine Meclis'teki çoğunluklarıyla birlikte başkanı soruşturma hakkı geçecek. Beyaz Saray'a ulaşabilecek ve belki de Trump'ı çok utandıracak kişisel bilgilere erişebilecekler. Onun yönetimindeki kişileri hatta ailesini bile yeminli ifadeye davet edebilecekler.

Demokratların üzerinde başkanın görevden alınması için de baskılar olacak. Demokratlar büyük bir ihtimalle Özel Federal Savcı Robert Mueller'in Trump'ın 2016 başkanlık kampanyası ve Rus hükümeti arasındaki olası suç işlemeye yönelik komplo ile Trump'ın bu soruşturma sırasında adaleti engelleme olasılığı hakkındaki raporunu hazırlayıncaya kadar bekleyecek.

Başkan Trump tüm bu baskılara ve eleştirilere imza şerhiyle tepki verecektir. Ayrıca sürdürdüğü politik maçoluk sergileme içgüdüsü onu yabancı düşmanlar arayışına girmeye yönlendirebilir. Bu rol için en muhtemel adaylar arasında İran, Meksika ve Çin var. Trump, ABD'nin Avrupa ve diğer yerlerdeki en geleneksel müttefikleriyle bile kavgacı olmaya devam edecektir.

Trump'ın saldırgan dış politikası için İran çoktan popüler bir hedef oldu bile. Trump'ın İran ile sadece kendi imza yetkisiyle nükleer anlaşma yapan Obama'dan kendini farklı gösterme arzusu yaklaşmakta olan 2020 yılı seçimleri için de tekrarlanan bir senaryo olacak.

Trump'ın her zaman eleştiri bombardımanına tuttuğu bir diğer ülke de Meksika. Kanada ve Meksika ile yapılmış Kuzey Amerika Serbest Ticaret Anlaşması'nın (NAFTA) yerini yeni USMCA anlaşmasının almasıyla bariz bir çekişme konusu ortadan kalkmış oldu. Ancak Trump yasa dışı göçün kendisine sağladığı kamuoyu desteği sayesinde Meksika'da iktidara yeni gelen Andres Manuel Lopez Obrador hükümetinin hop oturup hop kalkacağından çok emin.

Kuzey Kore'nin Trump'ın sıkıştırmalarından kaçma ihtimali çok daha yüksek. Trump nükleer silahların yok edilmesi müzakerelerinde ilerleme sağlamak için Kim Jong-un'u tavizler vermeye zorlayacak uyarılarda bulunabilir. Ancak Trump, Obama'nın İran ile ABD arasındaki ilişkilere sahip çıktığı kadar kendisinin de Kuzey Kore'nin silahsızlandırılmasıyla ilgili kendi çabalarına da o kadar sahip çıkması gerektiğine inanıyor. Trump gelecek seçimlere taşıyabileceği bir başarılar listesi oluşturmaya çalıştığından burada bir başarısızlığı kabullenmek söz konusu olamaz.

Son olarak, Trump ve Çin Başkanı Xi Jinping her ne kadar farazi anlaşmalardan bahsedip duruyor olsalar da Trump yönetiminin Çin'le olan ticari anlaşmazlıkları gelecek yıl da sürdürme ihtimali yüksek. Bunlardan en önemlilerinden biri de politik anlamda önemli olan imalatçı eyaletlerdeki seçmenleri kendisinin Çin'i ticari tavizler vereceğine ikna etmek zorunda olması. Ayrıca pek çok mesele konusunda Pekin'e karşı daha sert bir yol izlenmesi gerektiğine dair Washington'da bir mutabakata da varılmak üzere.

Bu arada Çin pekala Trump'ın iktidardan düşmesini bekleyebilir. Kim Jong-un daha şimdiden diğer hükümetlere önümüzdeki iki yıl boyunca Trump'ın baskılarının nasıl savuşturulacağını çok güzel göstermiş durumda: Gülümseyerek, masaya ilkeli anlaşmalar getirerek, ABD ile müzakereleri koparmayarak ve Trump'ın 2020 yılındaki mağlubiyetini bekleyerek. Ancak Trump'ın etrafındaki yetenekli insanları da hafife almamak gerek ve içinde Obama'nın da olduğu birçok ABD başkanı bazen orta vadeli yenilgilerden kolaylıkla sıyrılarak yeniden seçilmeyi başarabilmişti. C

ÜST DÜZEY
BASKI GÜVENLİĞİ

DOCUMENT DEFENDERS
DOKÜMAN KORUYUCULARI

Kyocera Doküman Koruyucuları ile tanışın
Kesintisiz çalışma sürenizi ve verimliliğinizi artırmak,
Sizi gelişmiş tehditlere, veri kayıplarına ve güvenlik ihlallerine karşı korumak,
İş süreçlerinizin her adımında dokümanlarınızın güvenliğini sağlamak,
Yazıcı / Fotokopi filonuzun yönetimini kolaylaştırmak
için hizmetinizdeler.

Detay Bilgi için
KYOCERA Bilgitaş Turkey Doküman Çözümleri A.Ş. - Tel: (216) 339 00 20 - www.kyoceradocumentsolutions.com.tr
KYOCERA Document Solutions Inc. - www.kyoceradocumentsolutions.com

KYOCERA
Document Solutions

*Yeni konuşmacı onayları beklenmektedir.

BÜYÜK BULUŞMA İÇİN GERİ SAYIM BAŞLADI!

ULUDAĞ
EKONOMİ
ZİRVESİ
22 - 23 MART 2019

Uludağ Ekonomi Zirvesi her yıl daha da yükselen katılımcı sayısı ve heyecanı ile ekonomi dünyasının gündemini değerlendiriyor, iş dünyasının dinamiklerini belirliyor.

22-23 Mart 2019 tarihlerinde gerçekleştirilecek yılın en önemli buluşmasını kaçırmayın, siz de Ekonominin Zirvesi'nde olun.

Capital | Ekonomist

Sponsorluk olanakları için: uez@doganburda.com

uludagekonomizirvesi.org

Capital tam 18 yıldır "İŞ DÜNYASININ EN BEĞENİLEN ŞİRKETLERİ"ni belirliyor. Saygınlığı ve güvenilirliği tescil eden araştırma, bugünün en başarılı performanslarını ortaya koyarken aynı zamanda geleceğin gözde şirketlerinin kim olacağına yönelik kritik ipuçları da içeriyor. Bu yıl da ZENNA Araştırma ve Danışmanlık tarafından Adecco Grup ana sponsorluğu ve T-Systems co-sponsorluğunda gerçekleştirilen araştırmada Koç Holding, "En Beğenilenler" listesinde zirveyi bırakmadı. Arçelik ikincilik koltuğunu korurken, üçüncülüğe önemli bir atılım gerçekleştiren Eczacıbaşı Holding yerleşti. Bu yıl listede tam 17 şirket yer değiştirdi, geçtiğimiz yıl olmayan 9 şirket de en beğenilenler arasına giriş yaptı.

BEĞENİ LİDERLERİ

● NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL
ngozutok@capital.com.tr

CAPITAL 18 YILDIR GERÇEKLEŞTİRDİĞİ "İŞ DÜNYASININ EN BEĞENİLEN Şirketleri" araştırmasıyla başta itibar, güvenilirlik ve performans olmak üzere birçok alanda en iyileri ortaya koyuyor. Ancak sadece başarıya değil, değişen değerlere ve iş yapış şekillerine de ayna tutuyor. Geleceğin en iyilerinin kim olacağına dair de ipuçları veriyor. İşte bu nedenle her yıl araştırmanın sonuçları büyük bir merakla bekleniyor.

İş dünyasından 1.480 üst düzey yöneticinin katıldığı araştırmada zirvenin sahibi bu yıl da değişmedi. Son 4 yıldır olduğu gibi Koç Holding, iş dünyasının en beğenilen şirket unvanını elinde tutmayı başardı. Arçelik 3'üncü kez 2'ncilik

6
UNILEVER
7
TÜRKİYE İŞ BANKASI
8
SABANCI HOLDİNG
9
BSH
10
P&G
8
GARANTİ BANKASI
11 COCA-COLA
12 BORUSAN HOLDİNG
13 YEMEKSEPETİ
14 VODAFONE
15 TÜPRAŞ
16 BOYNER
17 FORD OTOSAN
18 DOĞUŞ HOLDİNG, OPET, ASELSAN
19 LCWAIKIKI
20 BETEK, MİGROS, ŞİŞECAM
THE ADECCO GROUP
T··Systems·
ZENNA

koltuğunu korudu. Eczacıbaşı Holding ise önemli bir atılım yaparak 4 basamak birden çıktı ve 3'üncülüğe yerleşti.

2018'de listede tam 17 şirket yer değiştirdi, böylelikle listenin en hareketli yıllarından biri yaşanmış oldu.

En beğenilenler arasında Eczacıbaşı dışında en büyük çıkışı yaşayanlar Turkcell, P&G, Türkiye İş Bankası, Sabancı Holding, Ford Otosan oldu. Turkcell 8'incilikten 4'üncülüğe, P&G 16'ncılıktan 10'unculuğa, Türkiye İş Bankası 9'unculuktan 7'nciliğe, Sabancı Holding 12'ncilikten 8'inciliğe, Ford Otosan 19'unculuktan 17'nciliğe yükseldi.

Bu yılın en dikkat çekici gelişmelerinden biri de yeni giriş sayısındaki artış. 2017'de yayınladığımız araştırmada sadece 3 yeni giriş varken bu kez 9 yeni giriş gerçekleşti. BSH, "En Beğenilen 20 Şirket" arasına 9'uncu, Yemeksepeti 13'üncü, Tüpraş 15'inci, Boyner 16'ncı, Opet ve Aselsan 18'inci, LC Waikiki 19'uncu, Betek ve Şişecam da 20'nci sıradan giriş yaptı.

BAŞARI GETİREN KRİTERLER

İş Dünyasının En Beğenilen Şirketleri araştırması Eylül-Kasım 2018 tarihleri arasında online anket tekniği uygulanarak gerçekleştirildi. Araştırma kapsamında iş dünyasını temsilen 10 binden fazla yöneticiye online anket gönderildi ve toplamda 600'ün üzerinde şirketten 1.480 yöneticinin görüşü alındı. Ankete katılan kişiler hem Türkiye'nin hem sektörünün en beğenilen şirketlerini belirtirken, "kendi şirketi haricinde" yanıt vermesi istendi ve kendi şirketini belirtenlerin cevapları analizlere dahil edilmedi.

Araştırma Türkiye ve sektörler için en beğenilen şirketleri belirlemenin dışında, en beğenilen şirket olmayı sağlayan performans kriterlerini de ölçerek ideal şirketlerin fark yaratan performans alanlarını ortaya koydu. Bu kapsamda 22 performans kriteri sorgulandı ve hem bu kriterlerin öncelikleri hem şirketlerin hangi kriterlerle farklılaştığı gözler önüne konuldu.

ÖNEMLİ DEĞİŞİM

Bu yılın öne çıkan sonuçlarına gelince… ZENNA Araştırma ve Danışmanlık Kurucusu Nuran Aksu, en beğenilen 20 şirketten 17'sinin Türk ya da yabancı ortaklı Türk şirketi olduğuna dikkat çekiyor, yine ilk 20'ye ilk kez giren Betek, Aselsan ve Şişecam'ın başarısının çok önemli olduğunu ifade ediyor ve şöyle devam ediyor: "Geçen yıl ilk 20 sıralamasında yer alan şirketler 8 sektörden gelirken bu yıl 17 değişik sektörden şirket olması sektör çeşitliliği ve başarısını gösteriyor."

5 yılın "en beğenilen" ilk 20 şirketi

	2013	2014	2015	2016	2017
1	KOÇ HOLDİNG	TURKCELL	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG	KOÇ HOLDİNG
2	TURKCELL	KOÇ HOLDİNG	TURKCELL	ARÇELİK	ARÇELİK
3	ARÇELİK	COCA-COLA	ARÇELİK	UNILEVER	GARANTİ BANKASI
4	COCA-COLA	UNILEVER	UNILEVER	GARANTİ BANKASI	UNILEVER
5	GARANTİ BANKASI	ARÇELİK	COCA-COLA	COCA-COLA	TÜRK HAVA YOLLARI
6	UNILEVER	P&G	P&G	TURKCELL	COCA-COLA
7	ECZACIBAŞI TOPLULUĞU	ECZACIBAŞI TOPLULUĞU	GARANTİ BANKASI	P&G	ECZACIBAŞI TOPLULUĞU
8	TÜRKİYE İŞ BANKASI	TÜRK HAVA YOLLARI	ECZACIBAŞI TOPLULUĞU	TÜRK HAVA YOLLARI	TURKCELL
9	TÜRK HAVA YOLLARI	GARANTİ BANKASI	TÜRK HAVA YOLLARI	VODAFONE	TÜRKİYE İŞ BANKASI
10	SABANCI HOLDİNG	TÜRKİYE İŞ BANKASI	VODAFONE	ECZACIBAŞI TOPLULUĞU	BORUSAN HOLDİNG
11	P&G	SABANCI HOLDİNG	BORUSAN HOLDİNG	SABANCI HOLDİNG	VODAFONE
12	TÜPRAŞ	ÜLKER	ÜLKER	TÜRKİYE İŞ BANKASI	SABANCI HOLDİNG
13	VODAFONE	BORUSAN HOLDİNG	TÜRKİYE İŞ BANKASI	BORUSAN HOLDİNG	MİGROS
14	BORUSAN HOLDİNG	VODAFONE	SABANCI HOLDİNG	ÜLKER	ÜLKER
15	ÜLKER	BSH	YEMEKSEPETİ	MICROSOFT	DOĞUŞ HOLDİNG
16	PEGASUS	TÜPRAŞ	BSH	MİGROS	P&G
17	MICROSOFT	MICROSOFT	MICROSOFT	VESTEL	VESTEL
18	OPET	MERCEDES-BENZ TÜRK	ETİ	BOYNER	ANADOLU HOLDİNG
19	TAV	TAV	MERCEDES-BENZ TÜRK	BSH	FORD OTOSAN
20	BSH	VESTEL	TÜPRAŞ	DOĞUŞ HOLDİNG	AKBANK

YÜKSELEN MARKA, YÜKSELEN DEĞER; BU YIL DA YATAŞ!

2017 yılı verilerine göre ISO500'de 53 basamak birden yükselerek 279'uncu sıraya yerleşen Yataş Grup; • 2018 yılının 3. çeyreğinde, geçen yılın aynı dönemine oranla, satış rakamlarında %13,5 büyüme sağladı. • 2017 yılını yurt içinde 99, yurt dışında ise 10 yeni mağaza açarak tamamladı. • 2017 yılında %58,4 büyüdü, son 5 yılda ciro bazında 4,1 kat büyüdü. • 2018 yılının ilk 9 ayında yeni mağazalar için 100 protokol imzalandı, 60 mağaza faaliyete geçti. • Türkiye'de 424, 30 ülkede 60 kurumsal satış noktasına ulaştı.

Hep birlikte daha nicelerine...

[yataş]® GRUP

[ ] enza HOME [ ] yataş bedding Divanev [yataş] projects Selena

TURQUALITY®

www.enzahome.com.tr www.yatasbedding.com.tr www.divanev.com.tr

Sektörlerin en beğenilen ilk 3 şirketi

	2017	2018
AKARYAKIT		
1	Shell	Shell
2	Opet	Opet
3	BP	Petrol Ofisi
AMBALAJ		
1	*	Korozo
2	*	Bak Ambalaj
3	*	Ekol Amb./Modern Amb.
ARACI KURUMLAR		
1	Garanti Yatırım	İş Yatırım
2	İş Yatırım	Garanti Yatırım
3	Ak Yatırım	Ak Yatırım
BANKA		
1	Garanti Bankası	Türkiye İş Bankası
2	Türkiye İş Bankası	Garanti Bankası
3	Yapı Kredi Bankası	Yapı Kredi Bankası
BİLİŞİM		
1	Microsoft	Microsoft
2	Apple	Apple
3	IBM	Index
BİREYSEL EMEKLİLİK		
1	Garanti Emeklilik	Allianz Hayat ve Emekl.
2	Anadolu Hayat Emekl.	Anadolu Hayat Emekl.
3	MetLife	Garanti Emeklilik
BİSKÜVİ-ÇİKOLATA		
1	Eti	Eti
2	Nestle	Şölen
3	Ülker	Ülker
BOYA		
1	Betek Boya	Betek Boya
2	Jotun	Jotun
3	Marshall - Akzo Nobel	Polisan
ÇİMENTO		
1	Akçansa	Akçansa
2	Oyak Çimento	Çimsa
3	Çimsa	Nuh Çimento
DAYANIKLI TÜKETİM		
1	BSH	Arçelik
2	Arçelik	BSH
3	Samsung	Samsung
DEMİR ÇELİK		
1	Ereğli Demir Çelik	Ereğli Demir Çelik
2	Çolakoğlu	Çolakoğlu
3	Borçelik	İÇDAŞ
ENERJİ		
1	EnerjiSA	EnerjiSA
2	Tüpraş	Tüpraş
3	GE	Zorlu Enerji/Aksa/Ak En.

	2017	2018
E-TİCARET		
1	Yemeksepeti	Hepsiburada
2	Hepsiburada	Gittigidiyor
3	n11.com	Trendyol
FAKTORİNG		
1	Garanti Faktoring	TEB Faktoring
2	Kapital Faktoring	Yapı Kredi Faktoring
3	TEB Faktoring	İş Faktoring/Tam Fakto.
HAZIR GİYİM VE MAĞAZACILIK		
1	LC Waikiki	LC Waikiki
2	Mavi	Inditex
3	Inditex	Mavi
İÇECEK-ALKOLLÜ		
1	Mey İçki	Mey İçki
2	Anadolu Efes	Pernord Ricard
3	Türk Tuborg	Anadolu Efes
İÇECEK-ALKOLSÜZ		
1	Coca-Cola	Nestle-Erikli
2	Nestle-Erikli	Unilever
3	Pepsi	Coca-Cola
İLAÇ		
1	Novartis	Novartis
2	Pfizer	Pfizer
3	Roche	Abdi İbrahim
İNŞAAT-U.MÜTEAHHİTLİK		
1	Enka	Enka
2	Rönesans İnşaat	Rönesans İnşaat
3	Tekfen İnşaat	Tekfen İnşaat
İNŞAAT - KONUT		
1	Nef İnşaat	Nef İnşaat
2	Mesa İnşaat	Mesa İnşaat
3	Tahincioğlu İnşaat	Tahincioğlu İnşaat
KARGO-NAKLİYE-LOJİSTİK		
1	DHL	DHL
2	Borusan Lojistik	Borusan Lojistik
3	Mars Logistics	Ceva
KİŞİSEL BAKIM VE KOZMETİK		
1	L'Oreal	L'Oreal
2	Unilever	P&G
3	Avon	Avon
LEASİNG		
1	Yapı Kredi Leasing	Yapı Kredi Leasing
2	Garanti Leasing	BNP Paribas L./Siemens L.
3	İş Leasing	QNB Finans Leasing
MOBİLYA		
1	Doğtaş Kelebek	Yataş
2	IKEA	İstikbal
3	Nurus	Doğtaş-Çilek
ORGANİZE PERAKENDE		
1	Migros	Migros
2	BİM	BİM
3	A101	MediaMarkt

	2017	2018
OTEL VE KONAKLAMA		
1	Hilton	Maxx Royal
2	Kempinski	Hilton
3	Accor Hotels	Divan Otel
OTOMOTİV		
1	Mercedes-Benz Türk	Mercedes-Benz Türk
2	Ford Otosan	Borusan Otomotiv
3	Doğuş Otomotiv	Doğuş Otomotiv
PAKETLENMİŞ ET ÜRÜNLERİ		
1	Banvit	Banvit
2	Polonez	Pınar
3	Pınar	Polonez/Namet
REKLAM AJANSI		
1	Medina Turgul DDB	TBWA
2	TBWA	Rafineri
3	Concept	Blab
SERAMİK		
1	*	Eczacıbaşı Vitra
2	*	Çanakkale Seramik
3	*	Ege Seramik
SİGORTA		
1	Allianz Sigorta	Allianz Sigorta
2	Axa Sigorta	Anadolu Sigorta
3	Mapfre	Axa Sigorta
SÜT VE SÜTLÜ MAMULLER		
1	SEK	Pınar
2	Sütaş	Sütaş
3	Torku	SEK
TEKSTİL		
1	Boyner	Zorlu Tekstil
2	Vakko	Inditex
3	Hugo Boss	H&M
TELEKOMÜNİKASYON		
1	Vodafone	Turkcell
2	Turkcell	Vodafone
3	Türk Telekom	Türk Telekom
TEMİZLİK ÜRÜNLERİ		
1	Unilever	Unilever
2	P&G	P&G
3	Henkel	Hayat Kimya
TÜKETİCİ ELEKTRONİĞİ		
1	Samsung	Arçelik
2	Arçelik	Apple
3	Apple	Samsung
YAPI MALZEMELERİ		
1	Eczacıbaşı Vitra	BASF
2	Kale Grubu	Eczacıbaşı Vitra
3	BASF	Saint Gobain-Seranit
YÖNETİM DANIŞMANLIĞI		
1	McKinsey	PWC
2	EY	McKinsey
3	Boston Consulting Group	Deloitte

**Geçen yıl bu sektör açıklanmamıştır.*

BU TOPRAKLARDAN ÇIKTIK, TÜM DÜNYAYI MEMLEKETİMİZ YAPTIK.

Bugün dünya çapında 30.000 kişi, nerede çalışıyorsun sorusuyla karşılaştığında Türkçe bir cevap veriyor.

“Arçelik”

Dünyada Arçelik

- 5 ülkede 14 Ar-Ge ve Tasarım Merkezi ile Türkiye’nin Ar-Ge Lideri*
- En çok uluslararası patent başvurusu yapan ilk 100 şirket arasında yer alan tek Türk şirketi
- 8 ayrı ülkedeki 20 üretim tesisiyle tüm dünyaya teknoloji üretimi
- 145 ülkede faaliyet gösteren 12 büyük markanın bu topraklardan yönetilmesi

Kaynak:
* Arçelik A.Ş., T. C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından düzenlenen 6. Özel Sektör Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri Zirvesi'nde, genel sıralamada Türkiye Birinciliği Ödülü’ne layık görülmüştür.

Koç

arçelik beko ALTUS Blomberg LEISURE VOLTAS beko elektrabregenz arctic FLAVEL GRUNDIG DEFY Dawlance

Arçelik

Performans kriterleri de bu yıl Türk iş dünyasının beğeni anlayışındaki değişime dair önemli mesajlar içeriyor. 22 performans kriterinin tamamında önem derecesinin yükselmiş olması, şirketlerin artık tek boyutlu değil çok boyutlu yönetim ve performans stratejilerini benimsemeleri gerektiğini gösteriyor. Aksu da kriterlerde yaşanan değişimi şöyle anlatıyor: "22 performans kriterinin 10'u çok önemli bulunuyor. Bunun dışında önemli bir diğer değişim geçen yıla göre önem düzeyleri yüzde 100 artış gösteren 4 performans alanında görülüyor. Bu performans kriterleri, toplumsal sorumluluk, iletişimde şeffaf olmak, ekolojik çevreye karşı duyarlı olma ve yatırımcıya değer yaratma."

NURAN AKSU

KALICILIĞIN FORMÜLÜ

Şirketlerin listedeki kalıcılıkları da performans kriterlerinde gösterdikleri başarıyla doğru orantılı. Geçen yıl 22 performans kriterinin 13'ünde en beğenilen sıralamasında birinci olan Koç Holding, bu yıl başarılı olduğu kriter sayısını artırarak kriterlerin 16'sında birinciliği aldı.

22 kriterin çoğunluğunda en başarılı bulunan şirketlerin de yine uzun yıllardır listede hep kendilerine üst sıralarda yer bulması bunun önemli bir göstergesi.

Örneğin bilgi ve teknoloji yatırımları ile iletişim ve sosyal medya yönetimi kriterlerinde birinci sırada olan Turkcell, yeni ürün geliştirme, yenilikçilik ile dijital dönüşüm politikaları ve uygulamaları kriterinde birinci sırada olan Garanti Bankası, pazarlama iletişim ve satış stratejileri kriterinde birinci olan Coca-Cola ve uluslararası pazarlara entegrasyon kriterinde birinci olan Arçelik, en az 10 yıldır kesintisiz olarak "En Beğenilenler" listesindeki yerini koruyor.

Geçtiğimiz yıl İş Dünyasının En Beğenilen 20 Şirketi arasında yer almayan

22 kriterin "en beğenilenleri"

	BT yatırımları	Ekonomiye katkısı	Çalışan memnuniyeti	Çalışanına sunduğu sosyal imkanlar	Çalışanlarının nitelikleri	Ekolojik çevreye karşı duyarlı olma
1	Turkcell	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding
2	Garanti Bankası	Arçelik	Yemeksepeti	Eczacıbaşı Holding	Garanti Bankası	BSH
3	Koç Holding	Tüpraş	Turkcell	Yemeksepeti	P&G/ Unilever	Unilever
4	Arçelik	Sabancı Holding	Google	Unilever	Eczacıbaşı Holding	Arçelik
5	Aselsan	THY/ Vestel	Unilever	P&G/Turkcell	Turkcell	Eczacıbaşı Holding
6	Apple	Tofaş/Ford Otosan	Eczacıbaşı Holding	Türkiye İş Bankası	Borusan Holding	Opet
7	THY/ Vestel	Migros/Anadolu Grubu	Sabancı Holding	Borusan Hold./Coca-Cola	McKinsey	Toyota
8	Eczacıbaşı Hold./Vodafone	Eczacıbaşı Holding	BSH	Sabancı Holding	Siemens	Turkcell
9	Samsung	Turkcell	Türkiye İş Bank./P&G	Google	Sabancı Holding	Garanti Bankası
10	Sabancı Holding	Petkim	Arçelik	Arçelik/Doğuş Holding	Arçelik/Ford Otosan/Tüpraş	Anadolu Grubu

	Finansal sağlamlık	Güvenilir şirket olma	Hizmet ve ürün kalitesi	İletişim ve sosyal medya yönetimi	Sürdürülebilirlik stratejileri	Kurumsal yönetim ilkelerine göre yönetilme
1	Koç Holding	Koç Holding	Koç Holding	Turkcell	Koç Holding	Koç Holding
2	Sabancı Holding	Sabancı Holding	Arçelik	Garanti Bankası	Sabancı Holding	Eczacıbaşı Holding
3	Türkiye İş Bankası	Eczacıbaşı Holding	THY	Türk Telekom	Eczacıbaşı Holding	Sabancı Holding
4	Tüpraş	Arçelik/T. İş Bankası	Turkcell	Yemeksepeti	Turkcell	Borusan Hold./T. İş Bank.
5	Arçelik/Turkcell	THY	Garanti Bankası	Vodafone	Arçelik/Borusan Holding	Boyner
6	BİM/Akbank	BSH	Migros	Sabancı Holding	Garanti Bankası	Unilever
7	Unilever	Tüpraş/Unilever	Unilever	Getir	Unilever	Arçelik
8	THY	Turkcell	Opet	Koç Holding	Türkiye İş Bankası	Turkcell
9	Şişecam	Opet/Mercedes-Benz Türk	Eczacıbaşı Holding	THY	ENKA	P&G
10	Migros	Garanti Bankası	P&G	Vestel	P&G	Coca-Cola/Garanti/Migros

ENERJİSA
Türkiye'nin Enerjisi

10 YILDIR TÜM ENERJİMİZLE Capital 500'deyiz.

10 yıldır üst üste "Capital 500 En Beğenilen Şirketler"
listesinde olmanın gururunu yaşıyoruz.
Bu başarıda payı olan tüm paydaşlarımıza teşekkür ederiz.

22 kriterin "en beğenilenleri"

	Müşteri memnuniyeti	Pazarlama, iletişim ve satış stratejileri	Toplumsal sorumluluk	Uluslararası pazarlara entegrasyon	Yatırımcıya değer yaratma
1	Koç Holding	Coca-Cola	Koç Holding	Arçelik	Koç Holding
2	Arçelik	Turkcell	Eczacıbaşı Hold./Sabancı Hold.	Koç Holding	Garanti Bankası
3	Boyner	Koç Holding	Opet	THY	Arçelik
4	Garanti Bankası/THY	Unilever	Turkcell	Turkcell	Türkiye İş Bankası/THY
5	Opet	Arçelik	Türkiye İş Bankası	P&G/Unilever	Tüpraş
6	BSH	P&G	Unilever/Vodafone	Vestel	Aselsan
7	Migros	Garanti Bankası	Garanti Bankası	Coca-Cola	BİM
8	Borusan Holding	Mavi Jeans	Borusan Holding	LCWaikiki	Oyak
9	Hepsiburada/Vodafone	THY	Betek Boya	Ford Otosan	Turkcell
10	Starbucks	Anadolu Gr./Boyner/Vodafone	Akbank	Mavi/Simit Sarayı	Sabancı Holding

	Yeni ürün geliştirme, yenilikçilik	Yönetim kalitesi	İletişimde şeffaf olmak	Dijital dönüşüm politikaları ve uygulamaları	Kriz yönetimi stratejileri
1	Garanti Bankası	Koç Holding	Koç Holding	Garanti Bankası	Koç Holding
2	Turkcell	Sabancı Holding	Betek Boya	Vodafone	Türkiye İş Bankası/Turkcell
3	Arçelik	Türkiye İş Bankası	Garanti Bankası	Koç Holding	Eti
4	Koç Holding	Unilever	Eczacıbaşı Hold./T. İş Bankası	Turkcell	Doğuş Grubu
5	Vestel/Vodafone	Eczacıbaşı Holding	Akbank	Yapı Kredi Bankası	Ford Otosan
6	Unilever	Arçelik/Turkcell	Borusan Holding	Türkiye İş Bankası	THY
7	Boyner	Vodafone	THY	Arçelik	Anadolu Grubu
8	Migros	Borusan Holding/BSH	Vodafone	Migros	Coca-Cola
9	Apple/Samsung	Boyner	Turkcell	Boyner	BSH/Şişecam
10	Aselsan/Eczacıbaşı Holding	Anadolu Grubu	Migros	Eczacıbaşı Holding	Sabancı Holding

ancak beğeni kriterlerinde gösterdikleri performansla dikkat çeken LC Waikiki, Tüpraş ve Boyner'in bu yıl ilk 20'ye girmesi de yine kriterlerdeki beğeni gücünü ortaya koyuyor.

Nuran Aksu, bu yılki listede de ilk 20 sıralaması içinde yer almasalar da beğeniyi etkileyen performans kriterlerinde ilk 10'a giren Vestel, Anadolu Holding, Mavi ve Akbank için, "Pek çok kriterde elde ettikleri başarılı konumlarıyla önümüzdeki yıl ilk 20 sıralaması için büyük potansiyel oluşturduklarını çok güçlü bir şekilde ifade ediyorlar" diyor.

SİNAN KILIÇOĞLU

TEKNOLOJİNİN ÖNEMİ ARTACAK

En beğenilen şirketlere baktığımızda gözden kaçmayan önemli bir konu da teknoloji yatırımlarıyla ön plana çıkmaları. BT yatırımları kriterinde ilk 5'te Turkcell, Garanti Bankası, Koç Holding, Arçelik ve Aselsan var. T-Systems Genel Müdürü Sinan Kılıçoğlu da hız, daha sağlıklı iletişim, müşteriler için yeni deneyimler sunulması, etkileşimin çok farklı kanallarla gerçekleştirilmesi gibi birçok unsurun ancak teknolojik yatırımlarla, dijital dönüşümle mümkün olduğunu söylüyor. "Bu nedenle dijital dönüşümünü sağlayan şirketler, rakiplerinden farklılaşıyor ve en beğenilen şirketler kategorisine girmek için ciddi avantaj sağlıyor" diyor. Kendi sektörünün lideri olan ve olmak isteyen şirketlerin hemen hepsinin müşteri memnuniyeti sağlamak için teknolojik yatırımların vazgeçilmez olduğunun farkında olduğunu da dile getiren Kılıçoğlu sözlerine şöyle devam ediyor:

"Bugün olduğu gibi gelecekte de en beğenilen şirket olma kriterleri arasında teknolojik dönüşüm önemini artıracak. Dolayısıyla Türkiye'de de şirketlerin bu alanlarda yaptıkları çalışmaları artırmaları, ihtiyaçları iyi analiz ederek bu doğrultuda çözümlere odaklanmaları gerekiyor."

Değişmeyen lezzet, değişmeyen kalite, 30 yıllık güveniniz ile,

Polonez lezzetleri...

Gluten içermez

Polonez®

www.polonez.com.tr

/polonezlezzetleri /polonezlezzeti /polonezlezzeti

"DOĞRU LİDER BAŞARI GETİRİR"

Çalışanların, artık kurumlarından sadece iş tanımında netlik ve yüksek ücret gibi geleneksel beklentileri yok. Bireysel gelişimlerin desteklenmesi, kariyer yönetimi ve güvenilir çalışma ortamı gibi istekler de öne çıkıyor. Bunların gerçekleşebilmesi yolunda yöneticinin kritik rolü olduğunu söyleyen Adecco Group Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Türkiye Bölge Başkanı TİBET EĞRİOĞLU, "Doğru lideri bulan şirketler başarıyı hızlı şekilde yakalar" diyor.

NİL DUMANSIZOĞLU ● ndumansizoglu@capital.com.tr

En Beğenilen Şirketler, çalışanlarına liderlik eden, temel değerler tanımlayarak bu değerleri iş süreçlerine taşıyan, tüm çalışanlar adına mükemmel bir iş yeri yaratmayı hedefleyen İK politikalarıyla fark yaratıyor. Capital Dergisi'nin bu yıl 18'inci kez gerçekleştirdiği "İş Dünyasının En Beğenilen Şirketleri" araştırmasının sonuçları gösteriyor ki "insan"ı merkeze koyan bir yönetim anlayışını benimseyen şirketler, bir adım öne çıkıyor. En beğenilen şirket olma yolunda yöneticinin kritik rolü olduğunu söyleyen Adecco Group Orta Doğu, Kuzey Afrika ve Türkiye Bölge Başkanı Tibet Eğrioğlu, "Kuruluşlarının amaç ve hedefleri doğrultusunda örnek çalışma duruşu sergileyen ve bu hedeflere inanarak koşacak bir ekip oluşturabilen yöneticiler, çalışanları tarafından başarılı birer lider olarak algılanıyor" diye konuşuyor.

Çalışanların artık iş tanımında netlik ve yüksek ücretten ziyade güvenilir çalışma ortamı ve yöneticileri tarafından takdir edilmeyi beklediğini de sözlerine ekleyen Eğrioğlu, liderliğin önemini şu sözlerle anlatıyor:

"Lider olarak benimsenen yöneticilerin, çalışanlarının hem kişisel hem de profesyonel hayatlarına büyük etkisi olduğunu gözlemliyoruz. Doğru lideri bulan şirketler başarıyı en hızlı şekilde yakalar."

Tibet Eğrioğlu, "İş Dünyasının En Beğenilen Şirketleri" araştırmasının sonuçlarını değerlendirdi ve İK'nın yeni gerçeklerini anlattı:

● "İş Dünyasının En Beğenilen Şirketleri" araştırmasına bu yıl zirvede değişiklik var. Geçen yıl 7'nci sırada olan Eczacıbaşı 3'üncü sıraya yükseldi. Bu yükselişi nasıl değerlendiriyorsunuz?

■ Eczacıbaşı, gerek iş ahlakı ilkeleri gerekse yönetim anlayışıyla insanı merkezine alan bir stratejiyle faaliyet gösteriyor. İnsana saygı temasıyla yola çıkarak gelişimi, yeniliği destekleyen bir yapısı var. Kültür-sanat, eğitim, bilim ve spor faaliyetleriyle toplumsal yaşamı desteklemeye de önem veriyor.

Topluma ve çevreye gösterilen saygının büyük oranda bu çıkışı etkilediğini gözlemliyoruz. Buna ek olarak faaliyet gösterdiği birçok konuda yarattığı markalar ve ürettiği ürünlerle sektörünün lideri konumunda çok başarılı bir şirketler grubu. Yurt dışına yaptığı ihracatıyla da birçok ülkede kendi alanında söz sahibi. Bunlardan dolayı da bu sonucu fazlasıyla hak edilmiş bir başarı olarak görüyorum.

● Sıralamada ilk 2 şirket yine değişmedi. Koç Holding ve Arçelik'in bu başarısında etkili olan İK politikalarını değerlendirir misiniz?

■ Koç Holding ve Arçelik, gerek şirket politikaları gerekse İK politikalarıyla Türkiye'de bu başarıyı her zaman hak ediyor. Koç Grubu'nun çalışanlarına değer veren, sürdürülebilir, kurum kültürüne

ve evrensel değerlere sıkı sıkıya bağlı bir İK stratejisi mevcut. Çalışanlarının eğitim ve gelişimine yatırım yapmak, dünyanın her yerinde en beğenilen şirket özelliklerinden biri. Örnek olarak Koç Grubu'nda başarılı üst düzey görev yapan yöneticilerin, kurumun kendi içinden yetiştiğini görüyoruz. Hatta her yönetim pozisyonu için birden fazla aday yetiştirilmeye çalışılıyor. Her çalışanın geleceğini ayrı ayrı düşünerek standart eğitimlerle değil, alana ve ihtiyaca göre kariyer gelişimi fırsatı sunmayı hedefleyen bir yaklaşım benimsiyor. Ayrıca grup içinde şirketler arası sinerji en yüksek seviyede yaratılmış durumda.

Arçelik de sektörünün lideri, Koç Grubu stratejilerinin en iyi şekilde temsil edilip uygulandığı bir şirket. Yeniliğe önem veren, tüm paydaşlarıyla birlikte geniş bir kitlenin ihtiyaçlarına cevap veren, etki alanı çok geniş bir marka. Köklü geleneklerini ve yönetim anlayışını değişen teknolojiye ve pazar dinamiklerine en iyi şekilde adapte eden bir kuruluş. Bundan dolayı da geniş hedef kitlesine en büyük dağıtım ve servis ağıyla ulaşan alanındaki en başarılı şirket. En beğenilen şirket olması ve bu başarıyı her yıl tekrarlaması çok doğal.

● Bu şirketlerin yönetici profiline baktığımız zaman ortaya nasıl bir görünüm çıkıyor? En Beğenilen Şirketler'de lider etkisini nasıl yorumlarsınız?

■ Günümüzde beğenilen şirketlerin yöneticilerine baktığımızda "insan"ı merkeze koyan yönetsel anlayışı benimseyen, teknolojik gelişmeler nedeniyle dünyada değişen iş yapış şekilleri doğrultusunda kendini güncel tutan, kuruluşlarının amaç ve hedefleri doğrultusunda örnek çalışma duruşu sergileyen ve bu hedeflere inanarak koşacak bir ekip oluşturabilen yöneticilerin, çalışanları tarafından başarılı birer lider olarak algılandığını söyleyebiliriz.

Lider olarak benimsenen yöneticilerinse çalışanlarının hem kişisel hem de profesyonel hayatlarına büyük etkisi olduğunu, bu doğrultuda çalışanlarının kariyerleri için gerekli esnek çalışma ortamı, eğitim ve tecrübeyi sağladıklarını ve bunun bir sonucu olarak da kurumlarının "İş Dünyasının En Beğenilen Şirketleri" arasında olduğunu gözlemliyoruz. Doğru lideri bulan şirketler başarıyı en hızlı şekilde yakalar.

● Dünyaya baktığınızda şirketlerin İK politikalarında nasıl değişimler gözlemliyorsunuz?

■ Önceki yılları göz önünde bulundurduğumuzda, günümüzde geçmişe kıyasla çalışanlarını daha çok destekleyen, çalışanlarına yönelik gelişim programları oluşturan politikalar gözlemliyoruz. Ayrıca sabit çalışma saatleri yerine esnek çalışma saatlerine geçen, çalışanlarının şikayetlerini ve problemlerini çözmeyi merkezine koyan şirketlerin sayısı artıyor. Y ve Z kuşağının iş dünyasında rol alışının artığını, dijitalleşme

NASIL FARK YARATIYORLAR?

EN ÖNEMLİSİ DENGE

Y ve Z kuşağının iş gücüne giderek daha da fazla dahil olmasıyla kurumların İK politikaları açısından kendilerini sürekli güncellemesi, çalışanları tarafından oldukça önem arz ediyor. Şirketleri çalışanı özelinde kişiselleştirilmiş, yaratıcı ve esnek İK stratejisine doğru değişime zorluyor. Çünkü yeni kuşaklar iş ve yaşam dengesine çok önem veriyor ve tercihlerini bu doğrultuda kullanıyor.

MÜKEMMEL İŞ YERİ

En Beğenilen Şirketler çalışanlarına samimiyetle liderlik eden, temel değerler tanımlayarak bu değerleri iş süreçlerine taşıyan, çalışan özlük haklarını koruyan ve geliştiren, performanslarını objektif kriterlere göre değerlendirerek ödüllendiren, işveren markasını güçlendiren, tüm çalışanlar adına mükemmel bir iş yeri yaratmayı hedefleyen İK politikalarıyla fark yaratıyor.

İK'NIN 2019 GÜNDEMİ

2018'İN BAŞLIKLARI

2018'de dönemsel çalışan istihdamında artış yaşandı. Gündemimizde, Y ve Z kuşağının iş gücüne katılımının artması, iş gücü tedarikinin globalleşmesi, çalışan yaş ortalamasının yükselmesi, değişen çalışan beklentileri, çalışan tarafından iş yeri teknolojileri için yeterli eğitimin alınması, insana öncelik veren ve katılımcı çalışan deneyimi sunan şirket haline gelme gibi konu başlıkları vardı.

DÖNEMSEL ÇALIŞAN

2019'daysa dönemsel çalışmanın artması, dijitale yatırım başlıkları önemini korumaya devam edecek. Özellikle "istihdamı artırmak" 2019'da ülkemizin önündeki en önemli konu olarak ortaya çıkacak. Bunun için de "Geçici İş İlişkisi" gibi kanunların hükümet tarafından revize edilip daha yoğun uygulanabilir hale getirilmesi gerekecek.

EN ÖNEMLİ KONULAR

Bunun yanında var olan iş gücünün sürekli öğrenme becerilerini geliştirmek, adaptasyon yeteneği, insan yönetimi, disiplinler arası hareket edebilme, sorgulayıcı düşünme, yatay öğrenmenin dikey öğrenmeyle birlikte planlanması gibi konular giderek önem kazanacak.

çağının desteklendiğini, yaratılan şeffaflıkla çalışanlarının ilgisinin çekildiğini görüyoruz.

Son olarak da çalışan deneyiminin geliştirilmesine odaklanılan, performans yönetimini destekleyen İK politikalarının ön planda olduğunu söyleyebiliriz.

● Çalışan beklentileri nasıl değişiyor? Şirketler bu değişimleri nasıl yönetiyor?

■ Çalışanların kurumlarından beklentileri artık çok daha fazla. Çalışanlar; iş tanımında netlik ve yüksek ücret gibi beklentilerden ziyade esnek koşullar, kapsamlı yan haklar, bireysel gelişimlerini destekleyen eğitim programları aracılığıyla kariyer yönetimlerinin yapılmasını, iş ortamında kendilerine fırsatlar sunulmasını ve inisiyatif alabilecekleri ortamlar yaratılmasını, büyümek için iyi bir ortamın, güvenilir çalışma takımının sağlanmasını ve yöneticileri tarafından takdir edilmeyi bekliyor. Sektör, global anlamda geliştikçe öncelikler de değişiyor ve şirketler değişen bu dinamikleri anlamak ve beklentileri karşılayabilmek adına yönetim kadrosunu eğiterek yeni projeler üretiyor.

● Araştırmalar önümüzdeki yıllarda şirketler tarafından talep edilecek yeteneklerin üçte birinden fazlasının, bugün iş için henüz önemli görülmeyen becerilerden oluşacağını söylüyor. İş dünyası bu geleceğe nasıl hazırlanıyor?

■ Akıllı makinelerin ve sistemlerin yükselişi, her alanın yapısını değiştiriyor. Yalnızca birkaç yıl içinde çalışanlardan yeni bilgi ve beceriler talep edilmeye başlanabilir. Ana yetenekler yerini daha çok duygusal zekayı ön plana çıkaran yaratıcılık, esneklik, karmaşık problem çözebilme, öğrenmeye açık olma, ekip çalışması ve iş birliği yapabilme gibi becerilere bırakacak. Farkındalığı yüksek şirketlerin şimdiden kendilerini geleceğe hazırlamak adına esnek çalışma biçiminin hızla artışıyla sektörlerindeki gelişmeleri makro bakış açısıyla takip ederek çalışanları için özgür, kendileri için çalıştıklarını hissedebilecekleri çalışma alanları tasarladıklarını, merkeziyetçi yapıdan uzaklaştıklarını, teknolojik anlamda ise kurum içini sürekli güncelleştiklerini söyleyebiliriz.

● Yapay zeka geleceğin İK'sını nasıl şekillendirecek?

■ Yapay zeka kavramı neredeyse gündelik hayatın her alanında karşımıza çıkıyor. Makineler günümüzde, makine öğrenmesinin de devreye girmesiyle büyük verileri hızlıca tarama ve anlamlı sonuç çıkararak çalışanlara karar vermede yardım edecek noktadalar. İK tarafında da yapay zekanın kullanıldığı alanların artışı birçok sürecin daha verimli işlemesini destekledi.

Her geçen gün yapay zekaya dair yeni bir uygulamayla karşılaşıyoruz ve bu gelişmelerin, gelecekte uygulama alanlarını sağlamlaştırarak işe alım aşamasında aranan yeteneklerin var olan yeteneklerle doğru eşleşmesi, performans değerlendirmesi ve eğitim gibi çeşitli konularda çok daha iyi sonuçlar almamıza destek olacağını düşünüyorum. Dijitalleşme, Adecco Group olarak bizim de önceliklerimizden birisi. Artık daha hızlı, sürekli, her an ve her yerde bilgiye ulaşma talebi var. C

B/S/H/

BİZ, DÜNYAYI BÖYLE DEĞİŞTİRİYORUZ.

İnovasyona verdiğimiz önem, teknolojimizi geliştirmemize; sürdürülebilirliğe verdiğimiz önem, doğal kaynakları verimli kullanmamıza ve çevreye olan saygımızın artmasına sebep oldu.

Çünkü sadece bugün değil, yarınlar da bizim.

www.bsh-group.com.tr

BSH Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.

İş Dünyasının En Beğenilen Şirketleri Araştırması'nda kendi kategorilerinde dereceye giren şirketler, yenilikçi uygulamaları ve sosyal sorumluluk faaliyetleriyle dikkat çekiyor. "İnşaat-Konut" kategorisinin birincisi Nef ve "Paketlenmiş Et Ürünleri" kategorisinin üçüncüsü Polonez'in yeni hedefinde ise en beğenilen ilk 20 şirket arasına girmek var. Bu yolda hedefleri ise şöyle...

LİG ATLAMA PLANI

ANDAÇ GÜNSOY
POLONEZ GENEL MÜDÜRÜ

"İNOVASYONA DEVAM EDECEĞİZ"

"Polonez olarak şarküteri et ürünleri sektöründe inovasyon anlamında büyük değişimlerin öncüsü olan bir markayız. Gıda bilimine çok önem veriyoruz. Ar-Ge ekibimizle yeni tatlar ve inovatif ürünler üzerinde çalışıyoruz. Özellikle 2010 yılından bu yana sağlıklı beslenmeyle ilgili çalışmalarımızı daha da yoğunlaştırdık. Bunun ilk örneği sadece yüzde 1-2 yağ oranlı, düşük kalorili ve yüksek protein içeriğine sahip 'Polonez Fit Yaşam' ürün grubu oldu. 2017 yılında da gluten hassasiyeti bulunan ve çölyak hastası olan tüketicilerimizin taleplerini dikkate alarak pastırma hariç tüm ürünlerimizi glutensiz olarak üretmeye başladık. Şimdi Türkiye'de bir ilki gerçekleştirerek glutensiz çemensiz pastırmayı da sunuyoruz.

Her zaman toplum sağlığını ön planda tutan bir üretim anlayışına sahip olduk. Yaptığımız inovasyon çalışmalarıyla son dönemlerde hızla değişen beslenme şekillerine uygun lezzetler oluşturmaya odaklandık. Önümüzdeki dönemde de bu çalışmalarımız devam edecek. Tüketicilerimizden gelen talepleri dinleyerek ve genel trendleri takip ederek değişimin önünü açmaya devam edeceğiz. Bu bağlamda bu yıl tüketicilerimize özel olarak formüle edilmiş, fümelenmiş, doğal bağırsağında Dana Frankfurter ve Bratwurst sosisleri, Elit serimiz altında yer alan kurutulmuş et, füme kaburga et, karabiber kaplamalı sucuk gibi yeni tatlarımızı tüketicilerimizle buluşturacağız."

ERDEN TİMUR
NEF İCRA KURULU BAŞKANI

"YURT DIŞINA ODAKLANDIK"

"Nef, kurulduğu 2010 yılından bu yana en küçük alanları değerlendirerek yaşama katıyor ve insanlar için ince düşünülmüş yaşam alanları tasarlıyor. 2017'de 1,5 milyar TL ciroyla sektör liderliğini devam ettirdik. 2018'de de yüzde 20 büyümeyle 1,75 milyar TL ciroya ulaşacağız. Lüks segment konut satışlarında yüzde 224 büyüdük. Halihazırda satışı süren projelerimizin dışında 2019'da 3 yeni projenin daha lansmanını yapmaya hazırlanıyoruz. Nef Global'le fikir ihracatı gerçekleştirmeye başladık. Önümüzdeki 5 yıl içinde, Amerika ve Avrupa başta olmak üzere dünyanın önde gelen 10 metropolünde Nef markalı projeler geliştirmeyi hedefliyoruz. Öğrenci yurdu markamız Novu'yla ise İstanbul başta olmak üzere, çeşitli şehirlerde 750 milyon TL yatırımla 10 proje ve 15 bin yatak kapasitesine ulaşmayı hedefliyoruz.

Bunların dışında Nef Vakfı'yla şu ana kadar 'Ailelere Nefes' adı altında 38 bin 940 aileye, 'Öğrencilere Nefes' adı altında 32 bin 738 öğrenciye, 'Kadınlara Nefes' adı altında 4 bin 321 kadına, 'Öğretmenlere Nefes' adı altında 2 bin 500 öğretmene ulaştık. 'Evlere Nefes', sadece 2017 yılında 60 eve nefes oldu. 'Afrika'ya Nefes'le 80 bin insanın hayatına dokunurken 'Çocuklara Nefes'le 70 okula binin üzerinde bilim kiti bağışladık. 30 anaokulu ve ilkokulu da tamamlayarak Milli Eğitim Bakanlığı'na teslim ettik. Halihazırda 3 okulumuzun yapımı devam ediyor."

Audi Tutkusu Anadolu Sigorta'yla koruma altında.

Anadolu Sigorta ve Audi iş birliğinden yararlanın,
aracınıza özel Audi Kasko yaptırın.
Aracınızın tüm ihtiyaçlarını Audi yetkili servislerinde karşılayın.

Audi Kasko

ANADOLU SİGORTA
Kaybetmek yok.

Türkiye İş Bankası kuruluşudur. | TÜRKİYE İŞ BANKASI

FOTOĞRAFLAR: HÜSEYİN S. ÖNGEN

Yarım yüzyılı aşan deneyimiyle Erdal Aksoy hala iş dünyasının en başarılı girişimcilerinden. Çocuk yaşlarda atıldığı iş hayatında hep çok çalışmaya odaklandı. Üniversite eğitimi sonrasında yapılmayanı yapma tutkusu onu genç yaşında en güçlü iş insanlarının arasına soktu. Akaryakıt istasyonlarıyla girişimciliğe başlayan Aksoy, gemi inşasıyla büyük bir atılım gerçekleştirdi. 1979 yılında 36 yaşında Türkiye'nin vergi rekortmenleri listesinde beşinci sırada yer aldı.90'larda Turcas, 2000'li yıllarda Shell ile yaptığı atılımlarla dev bir grup yaratan Aksoy, bugün Aksoy Holding çatısı altında 15 şirket ve 30 iştiraki yönetiyor. Toplam 1.600 çalışanla 3 milyar TL'lik bir ciro yaratıyor. Son yıllarda yönetimi çocukları Batu ve Banu Aksoy'a delege eden Aksoy bundan sonrasında çocuklarıyla birlikte grubu bölgesel olarak daha güçlü bir noktaya taşıyacak.

Aksoy Holding Kurucusu Erdal Aksoy ile başarı hikayesini ve gelecek planlarını konuştuk:

● İş hayatınızda kaçıncı yılınız doldu?

■ 1943 doğumluyum. Müteşebbis bir aileden geliyorum. Okulla iş hayatıma başlamam hemen hemen aynı zamanda oldu.

● Aileniz ne iş yapıyordu?

■ Babam Erzurum'da büyük çapta odun, kömür, kereste işleri yapardı. Bu ortamda iş hayatına başladım. Daha ilkokula başlamadan Erzurum'dan İstanbul'a gidip geliyordum. Çok küçük yaştaydım. Karadenizlilerde erkek çocukları işe getirip götürmek, işe oturtmak adettir.

Babam Batum doğumluydu. Batum'un sosyal hayatını gördüğünden tarihi bir karar veriyor ve "Çocuklarımı daha iyi bir ortamda

Aksoy Holding'in patronu ERDAL AKSOY, iş yaşamına 1970'lerde Sarıyer'de küçük bir istasyon kurarak başladı. Kendi deyimiyle, "fark yaratarak", yenilikler getirerek büyümeyi tercih etti. Ardından uluslararası ortaklıklara yöneldi. Çok sayıda ağır ekonomik kriz, askeri darbe ve büyük dönüşüm dönemleri yaşayan Erdal Aksoy'un çok bilinmeyen hikayesi aslında günümüzde pek çok genç iş insanı için ders niteliğinde mesajlar içeriyor. Aksoy, Türkiye ve bölgenin geleceği için umutlu. "Bir sonraki adımı atmak için yavaş yavaş hazır olduğumuzu düşünüyorum. Mevcut sektörlerde biraz bölgesel büyümek istiyoruz" diyerek bu görüşünü ortaya koyuyor.

AKSOY AİLESİ'NİN YENİ DÖNEM PLANLARI

"BÖLGEMİZDE BÜYÜYECEĞİZ"

yetiştirmem gerekiyor" diyor. Bu doğrultuda çok büyük bir cesaretle bizi İstanbul'a taşımaya karar verdi. Sarıyer'e geliyor ve büyük bir arazi içinde tarihi bir köşkü alıyor. Büyük araziyi, biraz da ileriyi düşünerek satın alıyor. Biz o köşkte yaşamaya başladık.

● İstanbul'a geldiğinizde kaç yaşındaydınız?

■ 5 yaşındaydım. Ben 2'nci çocuğum. Köşkte tam bir çiftlik hayatı yaşıyorduk. Sarıyer'de Pertevniyal İlkokulu'nda okumaya başladık. Bir süre sonra babam bu sefer tekrar tarihi bir karar verdi. "Bu çocuklar İstanbul'da büyüyor ama onların Anadolu örf adet ve terbiyesini de görmelerini sağlamam gerekiyor" dedi. Okullar tatil olunca aileyi topladı ve bizi Erzurum'a taşıdı.

3-4 ve 5'inci sınıfı Erzurum'da okudum. O zaman hayat daha kolaydı. Orada gördüğüm kültür, terbiye, duygu, Nene Hatun'un kurtuluş hikayesini yerinde öğrenmek bize çok farklı bir kültür ve eğitim kaynağı oldu.

Erzurum İlkokulu'nu bitirdim. O 3 yılın hayatımın şekillenmesinde rolü büyüktür. Okurken aynı zamanda babamın işinde çalıştım. İlkokulu bitirince tekrar İstanbul'a döndük. Babam orada kaldı. Ortaokulu Sarıyer Ortaokulu'nda, liseyi Kabataş Lisesi'nde okudum. Sonra da kıymetli bir öğretmenimin teşvikiyle İTÜ'de Elektronik Mühendisliği'ne girdim. O tarihte elektronik mühendisliğini kimse bilmezdi. Üniversiteyi bitirdikten sonra ne yapacağımı bilmiyordum, çünkü Türkiye'de bu konu çok yeniydi.

● Bütün bunlar olurken babanız hala Erzurum'da mıydı?

■ Babam oradaydı ve üniversiteden sonra babamı İstanbul'a getirmenin çarelerini arıyordum. Bir taraftan üniversiteye giderken,

üniversite bittikten sonra ne olacak diye de düşünüyorum. Bu arada oturduğumuz yer olan Zümrüt Evler Mahallesi'nde de büyük bir değişim yaşanıyordu. Giderek daha fazla konut yapılıyordu. Bizim de geniş arazimiz vardı. Oradan sermaye yapmaya başladık. Parsel olarak satıyorduk.

Babam bir taraftan işleri tasfiye ederken, bir taraftan da bu araziyi parselleyip satıyordu. Üniversiteyi bitirince Erzurum'u tamamen kapattık. Babamı da bir nevi emekli ettik. O parsellerin en uç noktasında kendime bir proje yaptım. İçinde yazlık sinema, dükkanlar, mağazalar ve kendimize ev vardı. Dükkanların bir kısmını babam işletiyordu, bir kısmını da kiraya veriyordu. Sinema fikri bana aitti. O zaman Sarıyer'de bir sinema vardı. İlgi göreceğini düşünüp biz de yaptık.

● Bu arada üniversite devam ediyor mu?

■ Üniversiteyi bitirmiştim ancak üniversite camiasından korkarak kaçıyordum. Çünkü, bazı hocalarım üniversitede kalmamı istiyorlardı. Ben onun yerine bir şirkete gireyim diye düşündüm. O zamanlar elektronik denince akla neredeyse bir tek Grundig gelirdi. Ben de oraya müracaat ettim. Hemen ertesi gün aldılar beni. Üniversite devresinde Almanya'da ihtisas yapmıştım.

EMEKLİLİĞİNDE BÖLGESEL KALKINMA İÇİN ÇALIŞACAK

DİYARBAKIR MERKEZLİ PROJE

Erdal Aksoy, uzun süredir önemli bir proje üzerinde çalışıyor. Projenin esin kaynağı ise Çin-Singapur ortaklığında kurulan "Suzhou Endüstri Parkı." Yılda 300 milyar dolara ulaşan gelir üreten model, 50 ülkeye ihraç edilmiş. İşin özünde, doğal kaynakları olmayan ülkelerde, yüksek teknolojilerle yatırımları çekmek var. Aksoy, Diyarbakır'ın petrokimya sektörü için böyle bir cazibe merkezi haline getirilmesini hedefleyen proje oluşturmuş. Çocuklarına işleri önemli ölçüde aktardığı için yeni dönemde bu konuya odaklanacağını söylüyor ve sözlerine şöyle devam ediyor:

"HİÇ AKLIMDAN ÇIKMIYOR"

"Türkiye'nin kalkınmasında Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da bir model yaratmaya çalışıyorum: Endüstri Parkı. Eski Maliye Bakanı Naci Ağbal ile yaptığım konuşmayı anlatayım: O bana 'Bu proje nasıl gidiyor' diye sormuştu. Ben, 'Bugüne kadar mazur görüyorum. Ankara'da hiçbir merci bu konuya odaklanmadı. Çünkü her gün Türkiye'de bir hadise oldu. Bu sadece Türkiye'nin Doğu ve Güneydoğu bölgesini değil, Orta Doğu'yu da etkileyecek. Ne olur bu projeye öncelik verin' dedim. Naci Ağbal, 'Erdal Bey inanır mısınız, o proje benim aklımdan hiç çıkmıyor' karşılığını vermişti. Şu anda odağımda bu var."

Onlara çok uygundum. Fakat hayal kırıklığına uğradım. Çünkü, hiçbir şey yapılmıyordu. Almanya'dan mallar geliyor, parçalanıyor, ayrılıp piyasaya veriliyordu, 3 ay bile kalmadan ayrıldım. "Uluslararası işler yapmam gerek" dedim. Benim dedem zamanında 'uluslararası iş yapmak' için Sürmene'den kalkmış Batum'a gitmiş. Ben de onun yolundan gideyim diye düşündüm. Uluslararası iş deyince aklıma enerji geldi. Bizim arazimizin bir noktası istasyon yapmaya uygundu. Hemen BP ve Shell gibi şirketlerle görüşmeye başladım. Bir süre sonra Mobil ile ilk istasyonu açtım.

Fakat gördüm ki istasyon işi beni tatmin etmiyor. Mobil'e gittim, 'Sizin en büyük bayiniz ne kadar iş yapıyor' dedim. Onlar da en büyük bayilerini saydılar; Suadiye, Şişli vs. Bunun üzerine onların üzerine nasıl çıkarım düşüncesi oluştu. Büyümek için ilk yaptığım arabayla şirketleri dolaşmaktı. Her sabah elimde bir çantayla Topkapı'daki fabrikaları gezerdim. Bir bölümünün sahibini ya da sahibinin çocuklarını tanırdım. Elimde harita bölgeleri dolaşıp, 'Senin yakıtını ve maden yağını ben vereyim' diyordum. Düşünün ayaklarına kadar gidiyordum.

● Bu size bir büyüme sağladı mı?

■ İstasyonun yanı sıra yeni bir büyüme fırsatı verdi. Fabrikaların ayağına hizmet götürürken, başka arayışlarım da devam ediyordu. O zaman Sarıyer'de balıkçı motorları vardı ve onlar büyük tüketicilerdi. Örneğin, siz istasyonda bir arabaya 3 litre yağ koyuyordunuz, oysa balıkçı motoru 20 teneke birden alabiliyordu. Aynı şekilde benzini de litrelerce alıyorlardı. Bu benim dikkatimi çekince, yeni bir iş alanı da yaratmış oldum. Baktım, balıkçılar tek bir bayiyle çalışıyor. Şöyle bir sistem vardı. Balıkçılar, anlaştıkları

Sizlerin beğenisini kazanmak,

DÜNYALARI KAZANMAYA BEDEL.

Sektörümüzün en beğenilen 3 şirketi içinde yer almanın gururu ve mutluluğunu yaşıyoruz.

Tahincioğlu ailesi olarak beğendiğiniz her şeyi daha da iyi yapmak için çalışmaya devam edeceğiz.

tahincioglu.com

444 4 846

TAHİNCİOĞLU

"BABAMIZDAN NE ÖĞRENDİK?"

"YILMAMAK"
Batu Aksoy:
"Babamın bir lafı vardır; 'İyi olan hiçbir şey zorla değil zamanla kazanılır'. Bize sabrı öğretti. Babamın inanılmaz bir sabrı vardır. DNA'sı tamamen her şeyi pozitif görmeye ve hiçbir şeyden yılmamaya odaklanmış. Biz kendimizi bu konuda eğitiyoruz. Babamda yeni jenerasyona güven var. Hiç korkmadı yetki verdi. Bu bizim gelişmemizde etkili oldu."

"SAĞLAM DURUŞ"
Banu Aksoy:
"En zor zamanlarda bile her zaman moralini sağlam tutup güler yüzle sağlam duruşla durur. Her krizi de öyle karşılar. Bardağın dolu tarafını görmeye kendini alıştırmış ama bu saf bir Polyannacılık anlamında değil. 2000 yılında biz işe başladığımızda tam kriz dönemleriydi. Çok zor zamanları da beraber ekip çalışmasıyla atlattık."

bayiden almak için bulundukları yerden Büyükdere'ye kadar geliyorlardı. Hem zaman hem para kaybediyorlardı. Rumeli Kavağı ve yakınlarında denizin üstüne istasyonlar yaptım. Depo 150 ton yakıt alıyordu. Bu tam bir maceraydı. Marinanın bir tarafında demir atmışım ve üzerine pompa istasyonlarını kurmuşum. Hem balıkçı motorlarına hem gemilere yakıt verebiliyordum.

Öyle bir yere geldik ki 2 yıl önce birinci olan, örnek gösterilen bayiler benim gerimde kaldı. Böyle olunca Mobil, "Bu çocuğu kaçırmayalım" diye düşündü ve bana yeni işler önerdi. O zaman Bandırma'da Amerikan üsleri vardı. Oraya denizden yakıt vermemizi istediler. Ardından Türkiye'den geçen Amerikan gemilerine yakıt ve fuel oil ikmali işini bize verdiler.

● Bu iş sizin için önemli bir dönüm noktası oldu mu?

■ Büyük bir hacme ulaştık. Bu arada evlenmiştim. Eşim Belkıs, benim gemi işine girmem gerektiğini söyledi. "Bak Erdal, senin bu işi yapman, mutlaka farklı bir segmente girmen lazım. Çok yoruluyorsun ama bunu mutlaka yap" dedi. Onun sözünü dinledim ve çok acele gemiler inşa ettirdim. Böyle bir koşuşturma içindeyken 1979'a geldiğimde, 36 yaşımda, vergi rekortmenleri listesinde ilk 5'e girdim. Gemiciliği sendikaya sokan benim. Armatörler Birliği'nde işveren sendikasını kurdum. İşveren sendikasında o dönemin en büyüklerinden Ziya Kalkavan, "Bu genç çocuğu başkan yapalım" dedi. Başkan oldum. Rahmetli Turgut Özal ve rahmetli Ekrem Pakdemirli, partiyi kurarken "Gel, parti kuracağız" dediler. Dolayısıyla Özal'ı kıramadım. Önce o başbakan yardımcısı oldu, sonra parti kuruldu.

● Erdal Bey, sizin iş hayatınızda büyümeye giden dönüm noktalarınız neydi?

■ Tüm yaptığım işlerde farklılığı aradım. O zaman da TV daha yeni çıkmış. İngilizlerin Falkland Adası çıkartması olmuştu. İngiliz askerleri denize döküldü. Bir de baktım geminin arkasından denize bir şey açıldı. Denizde yakıt ikmali yapılıyordu. O sırada da Irak'ta rafineri çalışıyor ve çok büyük miktarda fuel oil çıkartıyorlar. Fuel oil satacak endüstrileri de olmadığı için kullanamıyorlar. İran'ın da jet yakıtına ihtiyacı vardı.

TV'de gördüğüm konuyu araştırmak için Londra'ya gittim. Araştıra araştıra şirketi buldum. "Biz orduya çalışıyoruz" dediler. "Vallahi kime yaparsanız yapın, ben müteşebbis olarak geldim. Bu malı kendi çözümüme göre bana üretmenizi istiyorum" dedim. Neydi benim çözümüm? Kamyonlar İran'a gidiyorlar, mallarını boşaltıyorlar, dönüşte de bomboş geliyorlardı. Ben ise katlanabilir ve basınca dayalı konteyner ile çözüm bulmuştum. 7,5 milyon dolarlık sipariş verdim. O zaman için

Simple is beautiful

Iris Apfel

Paşabahçe Mağazaları ve dünyadaki seçkin noktalarda.
nudeglass / nudeglass.com / #IrisApfelNude

"EN ÖNEMLİ 4 İLKEM"

1 İTİBAR

İtibarımızın sarsılmamasına çok dikkat ettim. Param olur olmaz kâr ederim zarar ederim, itibarımı ve mütevazılığımı hiçbir zaman kaybetmiyorum.

2 BABA ÖĞÜDÜ

Babamdan gelen bir-iki laf var. Dedem, Batum'a yerleşmiş. Çok zengin olmuşlar. Ama komünist ihtilali olmuş, canlarını zor kurtarmışlar. Babam, "Oğlum bir şeyi aklından çıkarma. Her akşam yatarken sabah kalktığında hiçbir şeyin olmayacakmış gibi kabul et. O zaman dünyaya pes etmezsin. Sabah seni sıfırlayanlar sıfırda kalır, sen yine büyürsün" derdi. Pes etseydi, Sibirya'da yok olurdu.

3 ÇÖZÜM ARAYIŞI

Her problemin bir çözümü olduğuna inanıp, arayış içinde olacaksın. Bugün en kötü hadise olur ama bu kötünün içinden biz nasıl bir çıkış bulabiliriz, ona odaklanmalıyız. O zorluğu kısa vadede nasıl pozitife dönüştüreceğimize bakmamız lazım. Kafamızı hep buraya yormamız gerektiğine inanırım.

4 ÇOCUKLARIM

Benim en büyük varlıklarım çocuklarım. Ben kendimi başarılı görmüyorum. Çok daha iyi noktalarda olabilirdim. Kendimi illa bir işi alıp götüreceğim diye yıpratmıyorum. Çok talepkar değilim. Tüm yaptığımız işleri kendi tırnaklarımızla büyüttük.

çok büyük maceraydı. Ama çok büyük bir farklılık yarattım. Tüpraş'tan doldurduğumuz yakıtı Hopa Limanı'na getiriyor, kamyonlara doldurup İran'a gönderiyorduk. İranlılar mest oldu. Kamyonlar İran'a dolu gidiyor, Irak'tan dolu dönüyordu. Bu iş bizi büyümeye itti.

● Büyüme süreciniz nasıl devam etti?

■ 1980 öncesinde o zamanın Enerji Bakanı Deniz Baykal, Ataş Rafinerisi'ni kamulaştırma kararı aldı. Bunun üzerine yabancı akaryakıt şirketleri zora girdi. Bu sırada sıkıntıyı aşmak için Türkiye'deki yabancı bayi akaryakıt şirketlerini bir araya getirip, 1978'de TABAŞ diye Türkiye Akaryakıtlar Bayiler Anonim Şirketi'ni kurdum. Yabancı akaryakıt şirketleri olarak devletten bir tahsis alır, hayatımıza devam ederiz diye düşünmüştüm. Bir süre böyle gitti.

Derken 1980'den sonra Özal serbest bıraktı. Şirketler de bayilerini geri çağırdı. TABAŞ'ı bitirelim dediler ama prensip olarak kurduğum bir şirketi devam ettirmek isterim dedim. TABAŞ'ı devam ettirdim ve işi büyütmeye karar verdim. O sırada dünyada Shell-BP birleşmesi oluyordu. Bu tip birleşmelerin sonuçlarını hesap etmeye çalışıyordum. Bir yandan da Türkiye'ye girmemiş yabancı akaryakıt şirketlerine bakıyordum. Bu çalışmalarımın sonucunda Conoco'yu ikna ettim ve 1995'te yüzde 25 ortak oldular. Oradan aldığımız sermayeyle büyümeye devam ediyorduk. Sonra daha büyük bir adım atayım, organik büyümeyle olmuyor dedim ve Türk Petrol'ü satın aldım. 1996'da TABAŞ'la Turcas'ı birleştirdim. Sonra biz bu ikisini 1999'da borsada birleştirdik ve adını da Turcas yaptık.

● Bugünkü yapınızın temelleri o zaman mı atıldı?

■ Bir anlamda öyle… Ancak, 2000'lere geldiğimizde Türkiye'de büyük bir kriz oldu, şirketler ülkeyi terk etmeye başladı. Shell de bu sırada İtalya ve Yunanistan'dan çıktı. Ardından Türkiye'yi de satışa çıkardı. İhaleye çıkıldı. Çok sayıda grup bu ihaleyle ilgilendi. Ben o sırada çok gizli olarak Shell'e "Ne olur Türkiye'yi terk etmeyin" dedim. "Türkiye böyle badireleri atlatır, geleceği çok açıktır. Size öyle bir çözüm getireceğim ki Türkiye'de kalacaksınız" dedim. "Gelin ben bu iki network'ü birleştireyim, ortak olalım, çoğunluğu size vereyim" teklifinde bulundum. Kolay olmadı ama ikna ettim. Ortak olduğumuz yıl, 2006'nın ortasıydı. O yıl rekor kırdık. 2008'de dünyada Almanya'dan sonra 2'nci olduk. 2008'den sonra da dünyada hep 1'inci olduk. Bu birleşme hikayem Harvard'da örnek vaka olarak anlatıldı.

● Sizin bir de Conrad yatırımınız var...

■ Rahmetli Özal'ın vizyonu çok ileriydi. Benim için onunla çalışmak büyük bir şanstı. Ben de aynı yapıdaydım. O da benim gibi elektrik elektronik mühendisiydi. Bana, 'Türkiye'nin geleceği turizm" dedi. O zamanlar doğru dürüst otel de yok. Otel yapmazsak, turistin gelmeyeceğini söylerdi. O zaman

YOLA CUMHURİYET İLE ÇIKTIK

Cumhuriyetin ilan edildiği yıl bizim de Türkiye'de doğduğumuz yıldı.
95 yıldır sizlerden aldığımız güçle çalışıyor, bizi bugünlere getiren müşterilerimize,
çalışanlarımıza ve iş ortaklarımıza çok teşekkür ediyoruz.

DAHA İYİ BİR YOLCULUĞA

düşündüm ve bir şehir oteli yapmaya karar verdim. O dönemde belki Türkiye'de 50-60 iş adamı otel yapmaya girişmişti. O günden bugüne benden başka otel sahibi bir tane dahi kalmadı. Çünkü çok zor bir işti, çok zarar etti.

● Şu anda Aksoy Holding dediğimizde nasıl bir yapıdan bahsediyoruz?

■ 3 ana iş kolumuz var; Birincisi turizm ve gayrimenkul, ikincisi Turcas altındaki enerji ve petrol, 3'üncüsü de uluslararası ticaret. Biz en büyük iki iştirakimizde Shell Turcas ve RWE Turcas'da yüzde 30 hissedar olduğumuz için bunları bilançomuza tam konsolide etmiyoruz. Özsermaye yönetimiyle konsolide ediyoruz. Dolayısıyla holding cirosu vermekten ziyade önemli iştiraklerimizin cirosunu holding içinde aktif büyüklük olarak paylaşıyoruz. Ve iştiraklerimizin toplam çalışan sayısını veriyoruz. Şu an turizm ve gayrimenkuldeki yatırım toplamımız yaklaşık 700-800 milyon dolar düzeyinde. Akaryakıt ve elektrikteki yatırım toplamımız 2 milyar doların üzerinde. Bir de daha küçük olan uluslararası ticaret kısmımız var. Aksoy Holding'in konsolide ettiği bilançosunun büyüklüğü yaklaşık 3 milyar TL civarında. Ama iştiraklerimizin cirolarına baktığınız zaman Shell Turcas'ın bu yıl beklenen cirosu 27 milyar TL'yi bulacak. RWE Turcas'ın cirosu yaklaşık 1 milyar TL, Conrad'ın cirosu 160-200 milyon TL arasında yılı tamamlayacak.

● Holding çatısı altında kaç şirket var?

■ 15 şirket barınıyor. Hem kontrol ettiğimiz hem yüzde 30 iştirak ettiğimiz şirketler var. Bunların toplam çalışan sayısı da 1.600'ü geçmiş oluyor.

● Grubunuz için nasıl bir gelecek düşünüyorsunuz?

■ Ben bölgenin potansiyelini, Orta Doğu'daki problemlere rağmen çok büyük görüyorum. O potansiyelden elbette en büyük payı teknoloji alacak. Batı teknolojileriyle beraber en büyük potansiyel en hazır vaziyette olan Türkiye'de oluşacak. Bugün değerlerimizde hak ettiğimiz yerde değiliz. Tüm bu emekleri ben Amerika'da verseydim, bambaşka bir noktada olabilirdim. Çünkü, kimse bizim gibi çalışmıyor. Ben Türkiye'nin, bölgenin geleceğini çok iyi görüyorum. Bir-iki yıl daha sıkıntı çekebiliriz. Ancak, büyük yanlışlıklar yapmazsak bundan sonrasının çok iyi olacağı kanaatindeyim.

● Kendi grubunuz için 5 yıl sonra nasıl bir gelecek düşünüyorsunuz?

■ Benden çok çocukların yönetimine bağlı olacak iş. Onlar belki benim kadar atak olur ya da olmaz bilemiyorum. Grubumuzun geleceğini de iyi görüyorum. Önümüzdeki 5-10 yıllık stratejimizi belirledik. Turcas ve Aksoy Holding'e baktığınız zaman varlıklarının yüzde 99'u Türkiye'de. Bir sonraki adımı atmak için yavaş yavaş hazır olduğumuzu düşünüyorum. Mevcut sektörlerde biraz bölgesel büyümek istiyoruz. Türkiye'de sektörel çeşitlendirmeyi yaptık. Şimdi coğrafi çeşitlendirme yapmak istiyoruz. Şu anda yurt dışına bakıyoruz. Her şeyi sıfırdan yarattık. Onu da bölge ülkelerde yaymak istiyoruz. C

YENİ NESLİN GÜNDEMİNDE NE VAR?

"İNOVATİF NE YAPABİLİRİZ?"

Aksoy Holding YK Üyesi Banu Aksoy gündemlerinin ana rotasını, "Genelde sektörümüzle ilgili inovatif ne yapabiliriz" düşüncesiyle hareket etmenin belirlediğini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Sektörden dolayı biraz daha iyi sinerji yaratabileceğimiz, inovatif işlere bakıyoruz. Elektrikli araçlar olabilir, bataryalar olabilir... Sektör çok geniş. Örneğin istasyonların sadece varlık alımıyla ilgili şirket kurduk. Sadece gayrimenkul geliştirme, düzenli nakit getirisi sağlayan varlık şirketi kurduk."

"VC KONSEPTLERİNE BAKIYORUZ"

Aksoy Holding YK Başkan Yardımcısı Batu Aksoy ise venture capital alanınında yaptıkları incelemeleri şöyle aktarıyor: "Odaklanmak başarı getiriyor. Bizim aile çekirdek bir aile olduğu için çok aşırı da dallanıp budaklanmak istemiyoruz. Örneğin dünyada venture capital trendi var. Biz de bunun dışında kendimizi çok tutamayız. Şu anda venture capital'a yönelik çalışmalar yapıyoruz. O ekosistemin bir parçası olmaya çalışıyoruz. Bizim sektörlerimizde sinerji yaratacak VC konseptlerine bakıyoruz."

La Mariée / Linea Light Group

www.tepta.com

TEPTA
AYDINLATMA

Nispetiye Mah. Aytar Cad. No: 24 Kat: 1-2-3 1.Levent - İstanbul / 0212 279 29 03

ZOR DÖNEM GERÇEKLERİ!

Zor bir dönemden geçiyoruz. Sektörlerden ve piyasalardan sıkıntılı haberler geliyor. Alınan sinyaller enflasyonist dönemin hastalıklarının tekrar nüksettiğini gösteriyor. Yeni dönemde nakit yine kral oldu. Geçmişteki gibi paradan para kazanılmaya başlandı. Borçlar erteleniyor, peşin satış ile vadeli satış arasındaki marj açılıyor. Yatırımlarda özkaynağa yönelme arttı. Kurumsallaşmak için geri planda yer alan patronlar ise güven tesis etmek için yeniden iş başına geçmeye başladı.

NİLÜFER GÖZÜTOK ÜNAL ● ngozutok@capital.com.tr

"Sevgili Borusanlılar,
Sizlerle bana hüzün veren bir haberi paylaşmak istedim. 30 yıldır beraber çalıştığım Sevgili Agah Uğur'un emekliliğini sizlere duyurmak için bu notu yazıyorum. Agah, bu yıl sonunda tüm görevlerini bana devredecek ve 2019 boyunca danışman sıfatıyla ihtiyaç duyduğum konularda bana yardımcı olacak. Bu önemli kararı almamızda, çocuklarımla beraber direkt çalışmak arzum ve onların da benimle çalışma isteği en önemli rolü oynadı. Çocuklarımın, kardeşlerimin çocuklarının ve diğer aile fertlerinin grupta daha aktif oldukları bir çalışma ortamı hedefliyorum."

Bu sözler, Borusan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali Ahmet Kocabıyık'ın bu yıl kasım ayında tüm çalışanlarına göndermek üzere kaleme aldığı mektubundan…

Kocabıyık aslında bu yaklaşımıyla iş dünyasında tek değil. Son dönemde birçok patron içinde bulunduğumuz zorlu ekonomik koşulları aşmak için işin içine daha fazla dahil oluyor, hatta tabiri yerindeyse tıpkı Kocabıyık gibi dümeni tekrar devralıyor.

Doğanlar Yatırım Holding Başkanı Davut Doğan, kurumsallaşma çalışmaları kapsamında bir profesyonele devrettiği CEO'luk görevini yeniden üstlendi. "Böyle zamanlarda hızlı karar vermemiz gerekiyor" diyen Doğan, bu durumun iş ortaklarına ve çalışanlarına pozitif yansıdığını anlatıyor. "İşe sahip çıkmamız onları mutlu etti. Daha iyi bir ilişki yönetimi kurduğumuzu düşünüyorum" sözleriyle de bu yaklaşımının arkasındaki temel nedeni açıklıyor.

1 ÖNCELİKLER DEĞİŞTİ

Sadece patronların iş yapış şekilleri değil, aslında içinde bulunduğumuz ortamda işe bakış ve öncelikler de değişti. Bazıları için pazar payı, bazıları için kâr, bazıları için de tahsilat öncelik listesinde birinci sıraya yerleşmiş durumda.

Faydasıçok Holding Yönetim Kurulu Başkanı Naci Faydasıçok, eskiden pazar payının kendileri için daha önemli olduğunu dile getirirken şimdi "Kâr önemli" diyor. İncekara Holding Yönetim Kurulu Başkanı Özgür İncekara, "Kâr önemli, zira tahsilat ve nakit daha da önemli. Borçları ödemenin tek yolu kâr" diye konuşuyor. Sertrans Logistics CEO'su Nilgün Keleş, işleyişlerini kâr ve verimlilik ikilisine göre ilerlettiklerini anlatıyor ve şunları söylüyor:

"Birkaç yıldır kâr zaten çok kırılgandı ve yaşanan son ekonomik gelişmeler, bu durumu daha sıkıntılı hale getirdi. Kârı ve verimliliği daha odaklı ele alıyoruz."

Daikin Türkiye CEO'su Hasan Önder, cirodan çok kârlı satışlara yönelmeye çalıştıklarını söylüyor ve ekliyor:

"Kurdaki ve faiz oranlarındaki artış, bayi teşkilatımızı zorlayabileceğinden sadece nakit akışını dengede tutabilmek amacıyla vadelerimizi kısalttık. Kârlı satış yapmaya çalışıyoruz." MNG Faktoring Yönetim Kurulu Üyesi Gökay Yavuz, eskiden kâr ve pazar payına eşit yaklaşırken kaynakların kıt olduğu ve maliyetlerin arttığı bu dönemde mümkün olduğunca sadece pazar payını korumak uğruna verimliliği düşük kârsız işlem yapmadıklarını söylüyor. "Maliyetlerimizi azaltıp kâr marjımızı artırmaya çalışıyoruz. Yüksek kiralı şubelerin yerlerini değiştirdik, personeli yüzde 10 azalttık" diyor.

2 NE PAZAR PAYI NE KÂR!

Daralan pazarda kendileri için en önemli önceliğin pazar payı haline geldiğini belirten Zen Pırlanta Yönetim Kurulu Başkanı Emil Güzeliş, "Bu nedenle şu anda çok önemli bir reklam yatırımı yapıyoruz. Farklı bütçelere seslenebilmek adına koleksiyonlarımıza çok daha uygun fiyatlı tasarımlar ekledik" diye konuşuyor.

ALP ÖĞÜCÜ

HASAN ÖNDER

Honda Türkiye Satış Pazarlama ve Planlama Genel Müdür Yardımcısı Bülent Kılıçer, geçtiğimiz yılki satışlarını koruduklarını belirtiyor. Ancak ekim ayında pazarda yaşanan yüzde 77 daralmada doğal olarak kârlılıktan söz etmenin çok anlamlı olmayacağını da ifade ediyor. Lila Kağıt Genel Müdürü Alp Öğücü, atılan her adımda artan kur dolayısıyla şirketlerin daha fazla sermaye ihtiyacı doğduğuna dikkat çekiyor. "Dolayısıyla dönem ne kâr ne pazar payı artırma dönemi. Bize göre içinde bulunduğumuz dönem verilen taahhütlerin en yüksek düzeyde karşılanması gereken bir dönem" diyor.

Erham Enerji Yönetim Kurulu Başkanı Hamdullah Ceylan, daha önce kâr odaklı bir yaklaşım benimsediklerini dile getiriyor, bugünkü önceliğinin ise ticari faaliyetlerinin devamlılığı olduğunu söylüyor. Matlı Yönetim Kurulu Başkanı Önder Matlı, "Her gün yaşanan konkordato söylemlerinin çarpan etkisiyle batak vermemeyi önceliğimiz olarak görüyoruz." diye konuşuyor.

Lenovo Türkiye Genel Müdürü Emre Hantaloğlu da kendi yaklaşımını şöyle paylaşıyor: "Pazarda daralma olduğunda, daha fazla ve daha etkin bir şekilde müşterilerimize nasıl ulaşabiliriz konusunda daha fazla şevkle, çalışıyoruz. Markamıza daha fazla yatırım yapıyoruz."

3 NAKİT YENİDEN KRAL

Önceliklerle birlikte iş dünyasının "zor"a bakış açısı da değişiyor. Dardanel Yönetim Kurulu Başkanı Niyazi Önen, en önemli sıkıntının finansmana ulaşmak olduğunu söylüyor. Davut Doğan, "Kredi ve finansman seçenekleri daraldı" diyor. Penti Yönetim Kurulu Başkanı Sami Kariyo, faizlerin ve enflasyon rakamlarının geldiği noktayı, ÜFE, TÜFE arasındaki yüzde 25'lik makas ve üretim maliyetlerini göz önüne aldıklarında üreticiler

"İHRACAT HEDEFLERİMİZİ REVİZE ETTİK"

RİSKE AYRILAN KAYNAK

İhracat hedeflerimizi revize ettik, 2019 için 8/12 puan arası artırmak için çalışmalarımız tamamlandı; ağırlıklı pazarlarımız AB, ABD ve Güney Amerika olarak çalışıyoruz. Orta vadeli hedeflerimizde öngörülen kârlılık oranlarımıza paralel bütçeler yaparken yüzde 75 yatırıma yüzde 25 muhtemel riske kaynak ayırıyoruz; risk oluşmazsa gündemdeki yatırımın özkaynağına ilave olarak kullanıyoruz.

ÖNEMLİ KUR FARKI

Şirket olarak işletme giderlerimiz için kredi kesinlikle kullanmayız, sadece yatırımlarımız için 5 veya 7 yıl vadeli kredi kullanırız. 2018 yılında şirketimiz için önemli kur farkı oluştu, kredi ödemeleri gelecek yıllara sarktığı için kur farkına konu olan yatırım bu farkları ödeyecek. Ancak iki yıl kadar yatırıma ara vereceğiz.

NAFİ GÜRAL / NG GRUP KURUCU BAŞKANI

P&G olarak 5 yılı aşkın süredir sporu destekliyoruz. Desteklediğimiz 30 milli sporcumuz ve her zaman yanlarında olan anneleriyle gurur duyuyoruz.

WORLDWIDE PARTNER

Milli kayakçı
Hamza Dursun ve annesi
Asiye Dursun

P&G GURURLU ORTAK

OLİMPİK ANNELER

T.C. MİLLİ EĞİTİM BAKANLIĞI 1920

İŞ BİRLİĞİYLE

olarak artan bu maliyetleri etikete yansıtma noktasında güçlük çektiklerini ifade ediyor. “Burada en büyük zorluk üretim maliyetlerinin pazar payı kaybetmeden ve kârlılığı da devam ettirecek şekilde perakende satış fiyatlarına nasıl yansıtılacağı” diyor.

90’larda yaşadıkları enflasyonist ortamı bugün de yaşamaya başladıklarını dile getiren Önder Matlı ise geçmişten farklı olarak şimdi durgunluğu çok daha derinden hissettiklerini söylüyor. “Ödemelerde geciktirmeler kendini her geçen gün daha fazla gösteriyor. Ancak durgunluk sebebiyle peşin ve vadeli mal fiyatları arasındaki fark faizlerin bile daha üstünde seyrediyor” diye konuşuyor. MNG Faktoring Yönetim Kurulu Üyesi Gökay Yavuz da bankaların sermaye yeterlilik rasyolarında yaşanan erozyon nedeniyle kredi kullandırmada gönülsüz davrandıklarına dikkat çekiyor ve bunun etkilerini şöyle ortaya koyuyor:

“Mevcut durum eski günlerdeki yüksek enflasyonist ortamla kıyaslanamaz, zira enflasyonun yüzde 70-80 civarında olduğu bir dönemde bile piyasa durmamıştı. Çünkü para vardı. Şu anda piyasada para yok, ödeme alışkanlıkları bozuldu.” Özgür İncekara da önümüzdeki dönemde her sektör ve şirketin maliyetlerinin artacağını dile getiriyor. “Harcamalar kısılacak, nakit kraldır yaklaşımı başlayacak” diyor.

4 PARADAN PARA KAZANMA

2001 krizi sonrasında Türkiye ekonomisi büyük bir çıkış yaşarken enflasyonun azalmasıyla faaliyet kârı öne çıkmıştı. Ancak son dönemde faizlerin tekrar yükselmesiyle “paradan para kazanma” dönemi tekrar başladı. Yeditepe Üniversitesi akademisyenlerinden Prof. Dr. Hakan Üzeltürk, ekonomideki mevcut sorunların giderilip sağlıklı işleyişe kavuşması için istikrar ve yapısal reformların gerektiğini ifade ediyor. Bunun yapılması meşakkatli olduğu için geçici yöntemlerin tercih edildiğini dile getiren Üzeltürk, şunları söylüyor:

“Bu arada büyüme sorunları da kaçınılmaz. İşsizlik artışı ciddi bir problem. Bu durumu düzeltmeye çalışmanın faturaları olacak. Bu çerçevede, paradan para kazanma daha cazip gibi görünecek. Faiz varken rekabet riskine girmek zor görünüyor.”

BÜLENT KILIÇER

Yüksek enflasyon ve faiz oranlarının kurumları yatırım yapmaktan uzaklaştırdığını belirten Honda Türkiye Satış Pazarlama ve Planlama Genel Müdür Yardımcısı Bülent Kılıçer, paradan para kazanmanın üretimden para kazanmanın önüne geçtiğini söylüyor. Yemeksepeti CEO’su Nevzat Aydın, günümüz piyasa koşullarında özellikle makroekonomik şartlardaki değişimlerin getirdiği zorlukların paranın yatırımlara değil de faize yönlenmesine neden olduğunu söylüyor. “Bu dönemde de benzer bir yöneliş görüyoruz” diye konuşuyor.

5 ÖZKAYNAĞA DÖNÜŞ ZAMANI

Finansmana ulaşım zorlaşınca yatırımlarda da özkaynak ağırlık kazanmaya başladı. Sami Kariyo, “Biz Penti olarak yatırımlarımızı özkaynakla yapıyoruz. Maliyetlerde yaşanan yükseliş, bu yaklaşımın korunması için itici güç konumunda” diyor. Borçlanmayı tercih etmediklerini dile getiren Niyazi Önen, “Yatırımlarımızı yarattığımız nakit ile ve bazı makine alımlarımızda da leasingle yapıyoruz” diyor. Özgür İncekara, bugünkü kredi faizlerini ödemenin biraz imkansız olduğuna dikkat

“KREDİYE ULAŞMAK ZORLAŞIYOR”

ŞENOL ŞANKAYA
YEŞİM TEKSTİL CEO’SU

“PAZAR PAYI DAHA ÖNEMLİ”

Bizim için her zaman pazar payı daha önemli oldu. Bunu yaparken direkt kârdan ödün vermeyi de hiçbir zaman tercih etmedik. Özkaynaklarımızdan da faydalanmakla birlikte genelde uygun maliyetli kaynaklar bularak yatırım yapmaya çalışıyoruz. Ancak özellikle şu dönemde kredi faizlerinin yüksek oluşu, krediye ulaşma imkanlarını zorlaştırıyor. Bu dönemde bazı kredilerimizin maliyetleri sabitken, bazılarının maliyetleri yüksek olabiliyor.

DENGELEME FORMÜLÜ

Uzun vadede maliyeti yükselen kredileri özkaynaklarımızla kapatmaya çalışarak, daha uygun maliyetli kredilerle ilerlemeyi tercih ediyoruz. Faktoringi de faizler yükseldiğinden beri tercih etmiyoruz. Yüksek enflasyon ve yükselen kurlar nedeniyle bizim de TL bazlı maliyetlerimiz yukarı yönde gidiyor. Önemli olan söz konusu bu artışları ihracat odaklı bir şirket olmamızdan dolayı yine kurdaki artışla birlikte dengelemek. Bazen rekabet odaklı olarak müşterilerin indirim taleplerine yanıt vermek de gerekebiliyor. Bunları yönetmek de son derece önem arz ediyor.

EKONOMİ DÜNYASININ YENİ BİLGİ KAYNAĞI

#TSKBBLOG

Kalkınma gündemi,
sektörlerin dönüşümü,
endüstri 4.0,
düşük karbonlu ekonomi,
sürdürülebilir büyüme,
kapsayıcılık,
global trendler…

İş dünyasını ve yatırım kararlarını etkileyen gelişmeleri nasıl daha doğru yorumlayabiliriz?

Cevabı TSKB'nin uzman bankacılık perspektifiyle #TSKBBlog'da.

www.tskb.com.tr

Kurumsal Bankacılık | Yatırım Bankacılığı | Danışmanlık

TSKB

Türkiye Sınai Kalkınma Bankası

"KÂR ÖNCELİKLİ OLDU"

CİROYA ÇALIŞMADIK

Bizim için hep kâr öncelikli oldu. Ciroya hiç çalışmadık. Bu anlamda pozisyonumuzda bir değişiklik yok. Yatırımlarımızın tamamını özkaynakla yapmak çok mümkün değil. Şu anda devam eden yatırımlarımızın toplamı 1 milyar 450 milyon dolar. Böyle bir özkaynağımız yok. Bankalarımız destek olmayı sürdürüyor.

"HAZIRLIKLARA BAŞLADIK"

Sanayi grubumuzu hariç tutarak, sadece enerji yatırımlarımız için konuşuyorum. Kosova'da 32,4 megavatlık bir rüzgar santralini geçen ay devreye aldık. 2018 Aralık sonunda 32,4 megavatlık başka bir rüzgar santralimizi Ukrayna'da devreye almayı planlıyoruz. 2019'da Ukrayna'da 120 megavatlık bir rüzgar santralinin yatırımına başlayacağız. Özetle yurt dışında enerji yatırımlarımızı sürdürmeyi planlıyoruz.

MÜŞFİK YAMANTÜRK / GÜRİŞ İNŞAAT YÖNETİM KURULU BAŞKANI

çekiyor, kendilerinin de mevcut yatırımlarında özkaynak kullandıklarını açıklıyor. Özkaynak-kredi dengesini bozmamak şirket olarak en önemli ilkelerimizden oldu" diyen Nilgün Keleş, sözlerine şöyle devam ediyor:

"Ancak mevcut şartlara bakınca 2019, kredi kullanımı konusunda çok iştahlı olmayacağımız bir yıl olarak görünüyor. Büyük kapsamda özkaynakla ilerlemek üzere planlama yapıyoruz."

Sun Holding Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Ünlütürk, bu yılın başında başladıkları yatırımı özkaynakla tamamladıklarını anlatıyor. "Eksik veya dar boğaz gidermeye yönelik yeni yatırımları özkaynakla yapıyoruz. Leasing veya banka kaynaklı kredi faizleri maalesef çok yüksek" diyor.

YENİDEN YAPILANDIRMA SÜRECEK

UZUN VADEDE ÇÖZÜMLER

Yeni dönemde tüm şirketler banka borçlarını azaltmaya çalışıyor. Önümüzdeki dönemde de yine çok sayıda şirketin borcunu yeniden yapılandırması bekleniyor. Yeditepe Üniversitesi'nden Prof. Dr. Hakan Üzeltürk, kısa ve orta vadede özkaynak zayıflığının şirketleri zorlayacağını söylüyor. Bu yüzden borçların yeniden yapılanmasının gündemde olacağını ifade ediyor. Üzeltürk, "Uzun vadede şirketler bazı çözümler üretebilir. Bu kapsamda iş planlarını detaylarıyla gözden geçirmeleri, nakit akışlarını sıkı biçimde kontrol etmeleri ve tüketici alışkanlıklarındaki değişiklikleri yakından izlemeleri gerekiyor" diyor.

"ÇOK SEÇENEK YOK"

PwC Türkiye Danışmanlık Hizmetleri Şirket Ortağı Mevlüt Akbaş, bu durumun ekonomiye yansımasının nasıl olacağını şöyle özetliyor: "Şu anda borca batık durumda ya da geçici likidite sıkıntısı yaşayan, yeni kredi kullanamayan şirketlerin borç erteleme dışında çok seçeneği olduğunu düşünmüyoruz. Ancak Türkiye ekonominin büyümesinin motoru olmuş, kurumsal yapıları, şeffaf ve hesap verebilir yönetim anlayışlarıyla yurt dışından hem sermaye hem kredi piyasalarından en büyük yatırımları almış olan bankaların, aktif kalitesinin sürdürülebilir olmasının çok önemli olduğunu düşünüyoruz."

6 DARALMAYI AŞMA FORMÜLÜ

İç pazarda yaşanan tüm sıkıntılar, şirketleri yurt dışına yöneltiyor. Sektörü fark etmeksizin çok sayıda şirket pazar daralmasını ve kur riskini yurt dışı faaliyetlerini artırarak aşmaya çalışıyor. Emil Güzeliş, bu dönemde Orta Doğu'da fırsat arayışında. "Bölgede yeni fırsatları değerlendiriyoruz. Ayrıca Avrupa'da da farklı lokasyonlar için araştırmalarımız devam ediyor" diyor. Niyazi Önen, son krizden etkilenmediklerini çünkü çok hızlı şekilde ihracata döndüklerini belirtiyor. Sabri Ünlütürk de bu yıl ihracatta önemli bir artış yakaladıklarını söylüyor. "2018 yılını önemli bir artışla 225 milyon dolarlık ihracatla kapatacağız, 2019'da 260 milyon dolar hedefliyoruz. Amerika pazarında girişimlerimiz var" diyor. Hasan Önder, bu yıl sektörde tüketici satın almaları ve merkezi sistemler satışlarında yüzde 25-30 azalma olduğunu dile getiriyor. "Büyük inşaat şirketlerinde yeni projeler üretilmiyor. Biz de bu nedenle daha fazla ihracata yoğunlaştık" diye konuşuyor. Önder, bu kapsamda CIS ülkeleri yapılanmalarını yeni distribütörlerle güçlendirmeye ve daha fazla satış kanalı oluşturmaya çalıştıklarını anlatıyor.

Alp Öğücü, kur ve hammadde hareketlerine bağlı olarak temizlik kağıdı ürünlerinde kullanıcıların fiyat hassasiyetinin önemli derecede yükseldiğini ifade ediyor, kendilerinin de kapasite ve ihracatı artırmaya odaklandıklarını paylaşıyor. Öğücü, "İhracatımızı yüzde 10 civarında artırma hedefimiz bulunuyor. 2019'da yeni ülkelere ulaşmayı planlıyoruz" diyor.

“YATIRIMIN GERİ DÖNÜŞÜ GÜÇLÜ OLDU”

LC Waikiki CMO’su Deniz Aktürk Erdem, Facebook platformlarını ya da ürünleri ve hizmetlerini? kullandıkları dijital kampanyaların sonuçlarından memnun. Erdem, “Facebook ve Instagram’da reklamları gören tüketiciler görmeyenlere kıyasla yüzde 3,6 daha fazla online ürün satın alımı gerçekleştirdi” diye konuşuyor.

Türk hazır giyim sektörünün en büyük oyuncusu LC Waikiki, özellikle ürünlerini duyurmak, talebi okumak ve müşteri içgörüsü toplamak için Facebook platformlarını/ürünleri ve hizmetlerini etkin şekilde kullanıyor. Facebook platformlarını/ürünleri ve hizmetlerini, kazanan ürünleri anlamaya yarayacak ve gelecek dönemin talep tahmininde girdi sağlayacak bir veri havuzu şeklinde kullanmayı amaçladıklarını belirten LC Waikiki CMO’su Deniz Aktürk Erdem, şimdiye kadar aldıkları sonuçların hedeflerinin bile üzerinde olduğunu söylüyor Deniz Aktürk Erdem ile Facebook üzerinden yürüttükleri dijital kampanyaları ve bu kampanyalardan elde ettikleri sonuçları konuştuk.

Facebook üzerinden yürüttüğünüz dijital kampanyayla ulaşmak istediğiniz hedefleri sayabilir misiniz?
Facebook platformunu hem ürünlerimizi duyurmak, hem pazar talebini tahmin etmek, hemmüşteri içgörüsü toplamak, hem demikro segmentasyona girdi sağlamak üzere konumladık. Tabii ki nihai hedefimiz hem online hem offline satışlarımızı artırabilmek. Bu nedenlerle Facebook üzerinden yaptığımız kampanya planlamalarını, tabiriyle Full Funnel stratejisini göz önüne alarak yapıyoruz. Veriye dayalı kararlar almak, markaya ilgi duyma potansiyeli bulunan kişileri profillemek, farklı mesaj ve içeriği optimize etmek, marka yatırımını farklı mecralarla karşılaştırmak zaten dijitalin imkan verdiği bir alan. Bu kampanyada da hem bir tanıtım amacımız hem koleksiyona dair bir hipotezimiz vardı.

Sizi Facebook ürünleri ve hizmetlerini kullanmaya iten en önemli faktörler nelerdi?
Moda için görsellik çok önemli. Facebook ve Instagram’ın en güçlü kasları görsellik ve profilleme yetkinliği. Özellikle Instagram’daki erişim ve aldığımız başarılı iş sonuçlarının düzenli artışı, bu artışı destekleyen çok farklı ve çeşitli reklam modellerinin olması

da Facebook ürünleri ve hizmetlerini tercih etmemizin en önemli sebepleri arasında yer alıyor.

Kampanyalarınızı hayata geçirirken hangi Facebook çözümlerinden faydalandınız?
Marka bilinirliği hedeflediğimiz kampanyalarda özellikle video kullanımını destekleyen Facebook araçları ile, Instagram ve Hikaye reklamlarını da artan trendde kullanıyoruz. Trafik hedeflediğimiz kampanyalarımızda ağırlıklı olarak Koleksiyon formatını kullanmayı tercih ediyoruz. Müşterilerimizi satışa yönlendirdiğimiz reklamlarda ise dinamik ve dönen reklamlar en sık kullandığımız modeller arasında. Reklam kullanımlarımızın dışında ise Instagram shopping özelliğini her postumuzda mutlaka aktifleştiriyoruz.

Son kampanyanızda şu ana kadar elde ettiği sonuçları paylaşabilir misiniz?
Bu kampanya özelinde yaptığımız Brand Lift anketi sonuçlarına göre; Global Perakende ve EMEA bölgelerinin ortalamalarının çok üstünde bir başarı elde ettik. Facebook ve Instagram’da reklamları gören tüketiciler, görmeyenlere göre LC Waikiki online satış sitesinde yüzde 5,9 daha fazla ürün ziyareti gerçekleştirdi. Facebook ve Instagram’da reklamları gören tüketiciler görmeyenlere kıyasla yüzde 3,6 daha fazla online ürün satın alımı gerçekleştirdi. Facebook ve Instagram reklamları sayesinde 19,6X ROAS ile güçlü yatırıma dönüş sonuçları elde edildi.

Advertorial

TURGUT AYDIN HOLDİNG, önce tekstil yatırımlarıyla büyüdü, ardından adını Memorial Hastanesi ile duyurdu. Bir yandan sağlık işinde büyürken, diğer yandan da "krizde fırsatları" değerlendirip yeni alanlara girdi. English Home ile tekstil perakendeciliğinin ardından 2009'da A101'in çoğunluk hisselerini alıp "indirim mağazacılığı" sektörüne güçlü bir giriş yaptı. O gün yola büyük zararla çıkan A101 bugün BİM'den sonra kendi sektörünün en güçlü ikinci markası…

Şirket önce kendisine Alman indirim marketi Lidl'ı örnek alarak rakibinden ürün ve marka çeşidi anlamında farklılaştı. 81 ilde, kimsenin gitmediği en ücra ilçelerde mağazalaşarak konumsal rekabet avantajı elde etti. "En ucuz olma hedefi"ni her daim stratejisinin kalbine koyarak tüm yapılanmasını ve hizmetlerini onun etrafında şekillendirdi. Tüm yatırımlarını demografi ve gayri safi mili hasılanın baş aktörü olduğu matematik hesaplarının yönlendirmesiyle yaptı. Ve son 9 yılda yüzde 100'e yaklaşan bir büyüme yakaladı.

Devirden itibaren şirketin kaptan koltuğunda oturan A101 CEO'su Erhan Bostan bu muazzam büyümeyi nasıl ilmek ilmek ördüklerini Capital'e anlattı. "Başarıyı getiren dönüm noktalarına inanmıyorum. Biz de devrim değil evrim vardır" diyen Bostan ile indirim mağazacılığı sektörünün durumunu ve A101'in gelecek planlarını konuştuk:

"BEŞ YILDA 2'YE KATLARIZ"

İndirim marketi zinciri A101, Nisan 2008'de Zapsu Ailesi tarafından kuruldu. Ancak, ilk girişim başarısız oldu. 2009 sonunda ise Aydın Ailesi tarafından satın alındı. 375 mağaza ve 285 milyon TL ciroyla yola çıkan grup, bugün 8 bin mağaza ve 20 milyar TL ciroya ulaştı, sektörünün ikincisi oldu. Büyüme stratejisini, biri kendi markası olmak üzere her üründen 2 marka, sürekli iyileşme ve fiyatlamaya bağlayan A101 CEO'su ERHAN BOSTAN, "Önümüzdeki 5 yılda lider A101 görmek istiyoruz" diyor.

● ASLI SÖZBİLİR
asozbilir@capital.com.tr
FOTOĞRAFLAR: GÖKHAN ÇELEBİ

● A101 daha önce başka bir gruptaydı. El değiştirdiğindeki durumu, büyüklüğü neydi?

■ A101, 2008'de Zapsu Ailesi tarafından kurulmuş; 1,5 yıl sonra, 2009'un sonunda finansal ihtiyaçlar nedeniyle bu işi satmak durumunda kalmışlar. Aydın Ailesi bu işe 2009'un Kasım'ında girdi. 2010'un Mayıs'ında da yönetimi aldı.

Ben de 2009 Kasım'ında projeye dahil olmakla birlikte 2010 Mayıs'ında CEO olarak atandım. 2009 Kasım'ında 375 mağaza vardı, 2009 cirosu da 285 milyon TL'ydi. Finansal olarak çok zor durumdaydı. Müthiş bir zarar vardı.

Şu anda 8 bin mağazaya ulaştık, yılı 8 bin 100'ün üzerinde bir mağaza sayısıyla kapatacağız. Ciromuz da 20 milyar liranın üzerinde olacak. Yani büyük ihtimalle 20,1-20,2 milyar TL bandında bir ciroyu yakalayacağız.

● Peki başladığınızda bu kadar hızlı bir büyüme bekliyor muydunuz?

■ Aslında 2011 yılında bile biz bu sayılara yakın hayaller kurduk. Hatta o hayallerimizi de 6 ay farkla yakaladık. Yani patronla yaptığımız "Bu işin maksimumu nedir, nereye kadar gidebilir" konulu konuşmalarımızda 6 ay farkla bugünleri tahmin etmiştik.

● Büyüme planınız neydi?

■ Büyüme planı mesela 2017 döneminde 3 bin 500-4 bin mağaza bandında olmaktı. O bile çok büyük bir plandı. Çünkü Türkiye'nin en büyük market zinciri olma anlamına geliyordu. Ama Türkiye potansiyeline bakıp "Kaç kişilik bir nüfus aynı anda bizi ve bir iki rakibi de kârlı olarak yaşatabilir" sorusunun hesabını yaptığımızda biz bu 10 bin mağaza sayılarını görmüştük. Demog-

rafiyi sıkı takip ederiz. Dağıtım merkezlerimizi, mağazalarımızı nüfusa ve GSMH'den aldıkları paya göre hesaplar, planlar ve açarız.

● Genel olarak toplam indirim mağazacılığı sektörünün Türkiye'de durumu ne?

■ Sektör çok iyi bir durumda, yüksek indirimde iki tane temalı oyuncu var: BİM ve biz. Onlar halka açık olduğu için sayılarını takip edebiliyoruz, uzun yıllar istikrarlı bir kârlılığı koruyarak bir büyüme oranını yakaladılar. Halka açık olmadığımız için kârlılıkla ilgili bilgi paylaşmıyoruz ama biz de çok iyi durumdayız.

● Pazar paylarınıza bakarsak nasıl bir sonuç ortaya çıkar?

■ G20 içerisinde bizim üzerimizdeki ülkelere baktığımızda organize perakendenin toplam gıda piyasası içindeki payı yüzde 70-80 bandındadır. Türkiye'de ise organize gıda perakendesinin payı hala yüzde 50 düzeyinde. Yani çok yüksek potansiyel var.

Türkiye'de son 15-20 yılda altyapının, yolların hızlı gelişimiyle organize perakendenin önü açıldı. Eski kurlara göre 100 milyar dolar gibi bir büyüklük telaffuz ediliyordu. Tabii bugünkü kurlarla artık bunlar da değişti ama kabaca en büyük oyuncu BİM'in bu yıl 30 milyar lira civarında bir ciro yapmasını bekliyorum. En büyük oyuncu BİM'in bile pazar payı yüzde 10'un az üzerindedir. İkimizi toplasanız yüzde 25 etmeyiz, 20 küsur anca yaparız. Biz gıda marketçiliğinin en büyük iki oyuncusuyuz. Bu gelişmiş ülkelerin tamamında ilk iki oyuncunun yüzde 30-40'dan aşağı pay alması pek mümkün değil. Haliyle bu ilk iki büyük oyuncunun ikisi birden önümüzdeki yıllarda anlamlı büyümesini sürdürecek.

Aslında özelde yüksek indirim mağazacılığı, genelde de organize gıda perakendeciliği kazanmaya devam edecek. Özellikle de bu tür finansal zorlukların yaşandığı, sermayeye erişimin güçleştiği dönemlerde haliyle küçük oyuncular pazar payı kaybedecek. Büyük oyuncular pazar kazanacak. 5 yıl içerisinde Türkiye'nin diğer G20 ülkelerinde olduğu gibi minimum yüzde 70 oranında organize perakendeye döneceği kanaatindeyim. İki büyük oyuncu olarak BİM'le bizim payımızın en azından burada 30 olacağını düşünüyorum.

● Yola çıkarken nasıl bir strateji ortaya koydunuz?

■ Bir defa aile o dönemde böyle bir işe girerken çok büyük finansal risk aldı. Çünkü bu iş tanımı gereği ölçek ekonomisi, büyütmeniz gerekiyor. Ve yine tanım gereği düşük kârlılıklarla sürdürülmesi gereken bir iş. Yüksek indirim marketçiliğinde yüzde 5'ten çok daha küçük net kârlarla dönersiniz. Daha fazla kâr etmeye kalkarsanız, rekabet size yaklaşır, sizin anlamınız kalmaz.

Aile bu yüksek finansal riski göze aldı. Yani baştan bu işin çok büyüyeceğini de düşündü. Biz bu işe girmeye karar verdiğimizde gittik bunları yerinde inceledik. Bunun en iyi örnekleri Almanya'daki Aldi ve Lidl. Biz, "Türkiye'deki Aldi,

EKONOMİK DARALMA TÜKETİM TRENDLERİNİ DEĞİŞTİRDİ

A,B'DEN KAYIŞ

Araştırmalar hep şunu söylüyordu: A101'in hanehalkı penetrasyonu hızlı tüketim malları için yüzde 99,5. Yani aslında bizim müşteri segmentimizde herkes var. Kısaca Türkiye'de ne kadar A, B grubu varsa A101'de de o kadar A, B grubu vardı. Ama bunların belki bizden alım sıklıkları ya da bizden aldıkları tutarlar düşüktü. Son dönemde üst gelir grubundan çok ciddi miktarda kayış başladı.

DAHA DA GELECEK

Son reklam kampanyamızda kısmen onları da hedefledik. Biz olmayacak duaya amin demeyiz. Geleceğini bildiğimiz zaten geldi, daha da fazla gelecekler. Çünkü çok sıra dışı bir hayatınız yoksa A101'in 1.300 ürünü ihtiyaçlarınızın zaten yüzde 90'ını karşılıyor. Yazın fiyat artışlarından beri halkta ciddi tepki oluştu. İnsanlar bizi de, rakipleri de, diğer formatlardaki fiyatları da görüp derhal bize dönüyorlar.

SADIK TÜKETİCİ

Bizim sadık tüketici tanımımız var. Bunlar aileler, 2 çocuğu olan, orta gelirle hayatını idame ettirenler. Kısaca bizim en büyük kitlemiz C1, C2'dir. Ay sonunu getirme sorumluluğuna sahip olanlar bizim kıymetimizi daha çok biliyor. Tabii yazdan itibaren bahsettiğimiz yeni kırılımla bazı trendler zorunlu olarak değişti. Çünkü imkanlarımızın ötesinde bir tüketim toplumu olmuş durumdayız.

ZORAKİ DÖNÜŞÜM

Üçüncü tarafların gördüğü dünyada daha fazla lükse kaçma eğilimi varken aile içinde daha fazla ekonomi yapılıyor. Aile içine baktığımızda bir anne baba en ucuz, en uygun fiyatlı pirinci alırken onun üniversiteye giden oğlu elinde 5 bin TL'lik telefonla dolaşıyor. Ama artık galiba bizim bu cari açığı sürdürme imkanımız kalmadığı için o trend de değişecek ve tüketimde zorunlu bir rasyonelleşme olacak.

A101'İN YOLCULUK ROTASI

1. Aydın Ailesi satın aldığında, 375 mağaza ve 285 milyon TL ciro ve müthiş bir zarar vardı.
2. Önce dünyaya baktık. BİM, Aldi'yi örnek alıyordu. Biz daha genç olan Lidl'i örnek aldık.
3. Lidl'ın yaptığı gibi her üründen 2 çeşit koyarak başladık. Biri markamız, diğeri pazarın lider markalarında biri...
4. 2011 yılında biz bu sayılara yakın hayaller kurduk. Hatta o hayalimizi 6 ay farkla yakaladık.
5. 2018'i 8 bin 100'ün de üzerinde mağazayla ve 20 milyar TL'nin üzerinde ciroyla kapatacağız.
6. Organize perakendenin toplam gıda perakendesindeki payı yüzde 50'lerde. 5 yılda bu oranın yüzde 70'e çıkacağını düşünüyorum.
7. Burada da iki büyük oyuncunun payının en azından 70'in 30'u olacağını düşünüyorum.
8. 2019'da 8 bin 500 mağazaya ve yüzde 25-30 artışla 26 milyar TL ciroya ulaşmayı hedefliyoruz.
9. Türkiye'deki kapsama alanımızı tamamlayıp, 10-11 bin arası mağaza sayısına ulaşmayı hedefliyoruz.
10. A101, önümüzdeki 5 yılda bugünkü durumunun yaklaşık iki katına rahat rahat ulaşır.

BİM'dir" dedik. Peki bu kadar başarılı, bu kadar oturmuş bir şirkete karşı kim hayatta kalabilmiş? Almanya'da baktık, Lidl. Aldi'ye kıyasla Lidl genç bir şirkettir; birisi 1950, diğeri 1970'lerin şirketi. Lidl kendisini Aldi'ye göre nasıl pozisyonlamış onu analiz ettik. Ve dedik ki "Türkiye'deki Lidl biz olacağız." Bu da ürün sayısında çok daha fazla çeşit ve ürün grubunda daha fazla marka demek.

● Peki rakibinizden nasıl farklılaştınız?

■ BİM private label kendi markalarıyla ağırlıklı devam ederken, biz "Lidl'ın yaptığı gibi hatta daha da ötesinde her üründen yan yana 2 çeşit koyacağız. Birisi kendi markamız, birisi de pazarın lider markalarından birisi olacak" dedik.

Biz bunlar arasındaki rekabete hiç müdahil olmuyoruz. Halk karar veriyor. Biz her gün referandum yapıyoruz. Özellikle kişisel bakıma yaklaştıkça markaların gücü doğal olarak artıyor. Daha temel ihtiyaç maddelerine yaklaştıkça da private label'ın imkanları artıyor. Ama ortadaki grupta her ikisi de gayet sağlıklı bir şekilde devam ediyor. BİM'e karşı kendimizi pozisyonlamak için ürün grubunda yaptığımız buydu. Fiyatlamada ise vazgeçemeyeceğimiz tek hedefimiz en ucuz olmak, her şey onun etrafında şekilleniyor. Ürün sayımız bile en ucuzu idame ettirecek noktada olmak zorunda. Mesela bizim ürünümüz 1.300 çeşit. 3.300 çeşit olmaz mı? Olur, ama o zaman en ucuz olamazsınız. Ona göre bir mağaza büyüklüğüne, raf düzenine ve lojistik sisteme gidersiniz. Bunlar sizi en ucuz yapmaz

● Mağaza yerlerini nasıl seçiyorsunuz?

■ Öncelikle kesinlikle dükkan satın almıyoruz. Gidip en güzel, en pahalı yerlerde mağaza açmıyoruz. Çünkü kirayı da aslında müşteri ödüyor. Yani ikinci derece mahallelere gittik ve hatta o zamanki çok güçlü rakibimizden kaçmak için de Anadolu'nun bağrına saklandık. Ücra yerlere, hiçbir oyuncunun olmadığı ilçelere, illere gittik. Biz 2013'te Hakkari, Şırnak dahil 81 ilde vardık. 2017 yılına kadar da 81 ilde olan ikinci bir oyuncu yoktu. Bugün Türkiye'de 972 ilçenin 916'sında A101 var. 151 ilçede hala bizden başka hiçbir ulusal oyuncu yok. Biz bir anda o çok uzak ilçelerin alışveriş merkezi olduk ve oradan çok ciddi kanlandık, güçlendik. Demek ki yer konusunda da farklılaşabildik. Sonra büyük şehirleri de kapsadık. İstanbul, İzmir, Ankara dahil bugün bildiğiniz bütün büyük şehirlerde en çok olan market zinciri A101.

● Sizce A101'in başarı hikayesinde dönüm noktası neydi?

■ Böyle şeylere inanmıyorum. Bizim dünyamızda devrim yok, evrim var. Sürekli iyileşme var. Her gün hedefe birazcık daha yaklaştık. 10 yaşındayız ilk 7 yıl zarar ettik. Kolay değil, çünkü

ölçekli bir iş bu… Biz günde 1.500 kamyon mal satıyoruz. Onlarca milyon insan doğalarına uygun şekilde, rutinleri çerçevesinde temel ihtiyaçlarını karşılama çabasında. Burada rakiplerimize göre hızlanmak için (bizim dünya pek reklam yapmaz ama) çok reklam yaptık.

● Bu büyümede ailenin payı ne?

■ İş onların, en büyük pay onların… Kurucu baba Turgut Aydın, zaten çok tüccar bir insandır, çok hesabını kitabını bilen biridir. Şirketin ikinci nesil yöneticisi Ahmet Yaşar Aydın da mühendistir. Biz işin başından beri Yaşar Bey'le çalışıyoruz, çok rasyonel bir insandır. Hesaptan kitaptan müthiş anlar. Detaylara hakimdirler ama profesyonellere çok ciddi bir oyun alanı da bırakırlar.

Yaşar Bey'in ileri seviye matematikten çok iyi anlaması işleri çok hızlandırdı. Çünkü, burada basit seviyede matematikle anlaşılamayan bir takım modellemeler var. Sağ olsun Yaşar Bey'e anlatabildiğim için çok rahat onay alabildim ve devam edebildim. Ben aynı modeli düz matematik bilen adama gösterdiğimde, "Sen anlatıyorsun ama biz 3 yıldır aynı zararı yapıyoruz" diyor. Yaşar Aydın'a orada bir tabloyu gösterdim, bana "Açabildiğin kadar mağaza aç" dedi.

Beraberiz zaten, o da sürekli işin içinde. Patron bile 50'den fazla ili gezmiş bir insan. Hepimiz bununla yatıp kalkıyoruz, çok büyük bir proje çünkü… Zaten 20 milyarlık şirket Türkiye'de 20 tane yok. Ve aile kendi kişisel yatırımları, servetleri çerçevesinde müthiş büyük riskler aldı. Haliyle tüm bunlar onlar sayesinde oldu.

● Peki 2018 yılını nasıl kapatıyorsunuz?

■ 2018 çok başarılı geçiyor, hedeflerimizin çok ciddi üzerindeyiz. Yıllardır yaptığımız yatırımların sonuçlarını alıyoruz. Bir de bir ülkede ekonomi biraz zorlanmaya başladığında tüketiciler daha uygun fiyatlıya meyleder, onu da yaşıyoruz. İkinci yarıda çok ciddi artışlar var, eylül ayında büyümemiz yüzde 58'di. Ekim ayı daha da üstünde olacak.

2017 yılını 14,1 milyar TL ciro ve 7 bin 100 küsur mağazayla bitirmiştik. Bu yıl hedefimiz 18 milyara yakın bir ciro yapmaktı ki şimdiden 20 milyarı geçtik. Kısaca 2018 yılını 20,2 milyar TL ciro ve 8 bin 100 küsur mağazayla bitirmeyi öngörüyoruz. 2019'da da en az 8 bin 500 mağazaya ulaşıp, yüzde 25-30 artışla ciromuzu 26 milyar TL'ye çıkarmayı hedefliyoruz.

"UZAK DİYARLARDAKİ KÜÇÜK İLÇELERİN AVM'SİYİZ"

ALDIN ALDIN

İndirim marketçiliğinde çok yoğun kampanya yapılmaz. Biz o konuyu çok güçlendirdik. Normalde düzenli olarak satmadığımız, ama tüketicilerin de dönemsel olarak almak istedikleri birçok ürünü perşembe günleri "Aldın aldın" kampanyasında satmaya başladık. Bunlar temel ihtiyaç maddelerinin birazcık daha gelişmiş halleri. Örneğin biz tuz satarız ama Himalaya Tuzu'nu 6 ayda bir satarız.

ZÜCCACİYE ZİNCİRİ

Yani hem temel ihtiyaçların biraz daha farklı versiyonlarını satarız hem de aslında o uzak diyarlardaki küçük ilçelerin AVM'siyizdir. Mesela biz Türkiye'nin en büyük züccaciye zinciriyiz. Türkiye'nin en büyük ikinci televizyon, telefon satan noktasıyız. Kırtasiyede bayağı ciddi bir oyuncuyuz. Bunların hepsi aslında A101'in hem gıda perakendecisi hem lojistikçi olduğunu gösteriyor.

HAKKARİ'YE MOZARELLA

Biz Türkiye'nin 81 ili, 916 ilçesine kamyon gönderiyorsak kamyonun bir köşesine mobilya bir köşesine de televizyon koyuyoruz. Böylece üreticiden tüketiciye mümkün olan en az maliyetle o ürünü ulaştırmış oluyoruz. Haliyle teveccüh de görüyor. Hakkari mağazalarımız mozarella peynirini de Samsung televizyonu da en çok satan nokta. Üründe, fiyatlamada, yerde, kampanya türünde rakibinize ve piyasa oyuncularına karşı farklılık oluşturduğunuz takdirde kendinize bu rekabet dünyasında bir yer oluşturuyorsunuz.

● A101 için önümüzdeki 5 yılda nasıl bir gelecek hedefliyorsunuz?

■ A101'i lider görmek istiyoruz. Türkiye'deki kapsama alanımızı tamamlamayı planlıyoruz, o da 10-11 bin mağaza arası bir nokta. Reel olarak da A101 önümüzdeki 5 yılda bugünkü durumunun iki katına rahat rahat ulaşır.

Ayrıca mağazalarımızın şekil şartlarını imkan dahilinde biraz daha iyileştirmeyi düşünüyoruz. Bunları az para harcayarak yapmayı düşünüyoruz, çünkü her şeyi tüketici ödüyor. Mağaza metrekarelerini büyütmek istiyoruz, çünkü müşteri trafiğiniz arttıkça aynı ürünleri satsanız bile daha büyük olmanız gerekiyor. Bir de artık kritik eşiğe ulaştık, günlük müşteri trafiğimiz ve günlük sevkiyat imkanımız artık bizim taze ürünlerde daha aktif olmamızı destekliyor. Önümüzdeki 5 yıl içerisinde A101 meyve, sebze ve sıcak unlu mamullerde mağaza içerisinde bayağı aktif olacak. C

YILA NELER SIĞAR?

Kurulduğumuz tarihten bu yana tam 42 yıl geçti.
Aradan geçen her yıla büyük başarılar, unutulmaz anlar sığdırdık;
hep birlikte hayata değer kattık.

**42 yıllık bu değerli hikayeye katkıda bulunan herkese,
teşekkürlerimizle…**

YATIRIM
FİNANSMAN
Değer Katar

YF.COM.TR

© 2018, Yatırım Finansman Menkul Değerler A.Ş.

TSKB | TÜRKİYE İŞ BANKASI

DENGE ARAYIŞI

İş dünyası tahsilat ve ödeme sorunuyla boğuşuyor. Konkordato ilanları çarpan etkisi yaratarak iş dünyasını sarsıyor. Tahsilat ve ödeme süresi sektörlerin önemli bir bölümünde uzuyor. Ancak ödemelerde bazı sektörlerde ise kısalma ve peşine dönüş trendi izleniyor. Özellikle hammaddeyi ithal eden ve kur riskini üzerinde taşıyanlar, peşin ya da kısa vadelerle ödeme almak istiyor. Bu da pek çok sektörde pazar daralmasını beraberinde getiriyor. Özetle tahsilat ve ödemelerde sektörlerde denge arayışı sürüyor.

● ÖZLEM AYDIN AYVACI
oaydin@capital.com.tr

Yıldız Holding, Doğuş Holding, Gama Holding gibi büyük grupların borçlarının yapılandırılması talebi, piyasalarda tam bir şok etkisi yarattı. Yeniden yapılandırmaların yeterli olmadığı durumlarda ise büyük şirketler konkordato ilan etmeye başladı. Aralarında Hotiç, Beta Ayakkabı, Yörsan, Keskinoğlu, Emay İnşaat, Gilan, Saray Halı gibi kendi sektörünün önemli oyuncularının da olduğu şirketler, nakit akışları bozularak ödeme zorluğu içine girdi. İstanbul Ticaret Odası (İTO) Başkanı Şekip Avdagiç, Türkiye'de konkordato ilan eden şirket sayısının yaklaşık 500'e, İstanbul'da ise 100'e yaklaştığını açıkladı. Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan, sayıyı 356 olarak ilan etti. Bazı kaynaklarda bu sayının bine yaklaştığı telaffuz ediliyor. Hatta 3 binli rakamlar bile konuşuluyor.

İşte bu tablo, piyasaların içine girdiği sıkıntıyı gösteriyor. Şirketlerin bozulan nakit akışı nedeniyle borçlarını ve kredilerini ödeyemedikleri bu ortamda, tahsilatlarda ve ödemelerde ciddi sarkmalar yaşanıyor. Sektörler bazında yaptığımız çalışma da bunu doğruluyor.

2018'in ilk 9 ayında 26 temel sektörden 16'sında, tahsilatlarda vade uzamış durumda. 6

TÜRK LİRASI
2019

sektörde süre değişmezken 4 sektörde ise kısalma yaşandı. Aynı dönemde 26 sektörden 11'inde ödemelerde vadenin uzadığı görülüyor. 7 sektörde değişim yaşanmazken 8 sektörde ödemelerde vade kısaldı.

EBRU ÖZKÖK

NEDEN UZADI?

Sigorta, bilişim, bakır, inşaat, turizm, gıda gibi pek çok sektörde tahsilat süreleri 2017'nin aynı dönemine göre 2018'in ilk 9 ayında uzadı. Bu sektörlerden biri de boru. GF Hakan Plastik'in CFO'su Ebru Özkök, yılbaşından bu yana ortalama yurt içi tahsilat sürelerinin 160-165 gün aralığında olduğunu, ancak özellikle temmuz sonrası vadelerde uzama eğilimi gördüklerini söylüyor. Ortalama ödeme sürelerininse 50 gün olduğunu belirten Özkök, "Özellikle personel ve hizmet alımları ödeme vademizi aşağıya çekiyor. Satın aldığımız malzemelerde ortalama ödeme vademiz 65 gün" diyor. İç piyasa tahsilat sürelerinin bir önceki yıla göre ortalama 5 gün arttığına dikkat çeken Özkök, tahsilat uzamasının nedenlerini ve sonuçlarını şöyle anlatıyor:

"Yurt içi müşterilerimizin tahsilatlarını zamanında yapamaması, yüksek banka finansman maliyetleri ve banka kredi limitlerinde yaşadıkları sorunlar, tahsilat süremizi olumsuz yönde etkiliyor. Aynı vade uzamasını tedarikçi tarafına birebir yansıtamıyoruz; zira yoğun ithal hammadde girdimiz var. Yurt dışı şirketler, vade uzatma konusuna olumlu yaklaşmıyor. Yurt içinden yaptığımız alımlarda ise aracı şirketler kur riski almak istemediği için mümkün olduğunca peşin satış yapmak istiyor. Vadede ısrarcı olduğumuzda ise fiyatlara yüksek vade farkı yansıtıyorlar."

Sarkuysan Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Çaycı, tahsilat sürelerinin iç piyasada 10 gün uzadığını, ihracattaysa aynı kaldığını söylüyor. Çaycı, küçük ölçekli şirketlerin nakit dar boğazına girdiklerini belirtiyor ve "Büyük ölçekli şirketler ise stok ve buna bağlı kredi masraflarını düşürdü. İhracat satışlarımızda yaklaşık yüzde 10 artış olmasına rağmen özellikle son çeyrekteki beklentimiz iç piyasada daralma yaşanacağı yönünde" diyor.

MAURIZIO PESCARINI / GENERALI SİGORTA CEO'SU

"BİR BÜYÜK 5-10 KÜÇÜĞÜ ETKİLİYOR"

UZAMA VAR

2018'in ilk 9 ayında prim tahsilatlarını ortalamada 3 aylık sürede gerçekleştirdik. Sektörün de tahsilat devir hızının benzer bir aralıkta olduğunu düşünüyoruz. Bu süreler, 2017'de 2,5 ay civarındaydı. TL'deki değer kaybının hızlandığı son aylarda özellikle belirli sigortalı gruplarının ödeme hızlarında yavaşlama görüyoruz. Bu sigortalılar genelde KOBİ diye tabir edebileceğimiz ölçekteki şirketlerle inşaat/mühendislik şirketleri.

SORUN OLABİLİR

Sigorta şirketleri sahip oldukları sermayelerinin belli oranına kadar riskleri üstlenebilir. Örneğin büyük ölçekli bir sanayi şirketine sigorta poliçesi satmak isteyen küçük diye tabir edebileceğimiz bir sigorta şirketi, bu sanayi şirketinin poliçe priminin ancak yüzde 5-10'una talip olabilir. Dolayısıyla bu sanayi şirketinin ödemesinde bir sorun olursa 5-10 küçük ölçekli sigorta şirketi durumdan etkilenir. Hatta böyle bir ödeme durumu sektörel bir sorun haline gelebilir.

SAMİ KARİYO / PENTİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI

"İYİ BİR SİSTEM KURGULADIK"

DENGEYİ BULDUK

2018'in ilk 9 ayında sektörümüzde ortalama tahsilat süresi 45-150 gün aralığında, ortalamada 90 gün oldu. Aynı dönemde ödeme süreleri 45-120 gün aralığında ortalama 100 gün oldu. Bu süreler, 2017'nin aynı döneminde tahsilat için 80 gün, ödeme için 90 gündü. Ekonomik dengeler piyasanın geneli için bir uzama durumunu ortaya çıkardı. Bizim için de bir uzama oldu ancak dengeyi bularak iyi bir sistem kurgulayabildik.

TEDARİKÇİ FİNANSMANI

Küçük ölçekli işletmeler yaşananlardan daha çok etkileniyor. Özellikle fonlama, kapasite ve fiyatlamaları daha olumsuz etkilendi. Tedarikçi finansman yoluyla küçük ölçekli tedarikçiler, kendi fonlama imkanlarını kullanmadan büyük şirketlerin desteğiyle fonlama ve daha avantajlı fonlama fiyatlamasından faydalanabiliyor. Veya belirli bir nakit iskontosuyla peşin ödeme yoluyla anlaşmalar yapma yoluna gidebiliyorlar.

ŞİMDİ
NEF BRENTFORD LONDON
İLE TANIŞMA ZAMANI

Londra emlak piyasasının tüm dinamiklerine hakim Rentify ile gerçekleştirilen iş birliği sayesinde evinizin **kira getirisinin 3 yıl boyunca garanti altında** olacağı Nef Brentford London ile tanışmanızın zamanı geldi.

Londra şehir merkezi ve Heathrow Havalimanı'nın tam ortasında, Batı Londra'da yer alan **Nef Brentford London;** çevresindeki Kew Gardens, Syon, Boston Manor parklarına ve metro ile tren istasyonlarına olan yürüme mesafesiyle, bulunduğu semte yeni bir soluk getiriyor.

JLL'in "2018 UK Gayrimenkul Araştırma Raporu"na göre önümüzdeki 5 yılda satış fiyatı ve kira potansiyeli bakımından Londra'nın **en hızlı büyüyen bölgesinin Batı Londra** olacağı öngörülüyor.

Nef Brentford London ile tanışmak için bekliyoruz.

nef
BRENTFORD
LONDON

www.nef.global 444 9 633

16 sektörde tahsilat süresi uzadı

Sektör	Tahsilat süresi (gün) 2017 ilk 9 ay	2018 ilk 9 ay
KISALANLAR		
Aksesuar/takı	90	45
Plastik	90 - 180	30 - 90
Hazır giyim	120 - 150	75 - 90
Tekstil	180 - 250	90
DEĞİŞMEYENLER		
Operasyonel araç kiralama	16	16
Mobilya	60 - 120	60 - 120
Özel Hastane	90	90
Kozmetik Perakendeciliği	90 - 120	90 - 120
Tarım	210 - 360	210 - 360
Züccaciye	300	300
UZAYANLAR		
Bakır	50	55
Elektrik Taahhüt	45	60
Süt, süt ve et ürünleri	50 - 55	55 - 65
Turizm	30 - 60	60 - 90
Gıda takviyeleri	45 - 60	75 - 90
Sigorta	75	90
İç giyim	80	90
Bilişim	90 - 100	120 - 140
Boru	155 - 160	160 - 165
Ayakkabı	90 - 120	180
Seramik	150 - 180	180 - 210
Makine	60 - 90	180 - 270
İnşaat	90 - 180	180 - 270
Özel okul	210	270
Tarım makineleri	90 - 180	180 - 360
Değerli taş/mücevherat	90	90 - 120

Ödemelerde süre 8 sektörde kısaldı

Sektör	Ödeme süresi (gün) 2017 ilk 9 ay	2018 ilk 9 ay
KISALANLAR		
Aksesuar/takı	90	80
Gıda takviyeleri	45 - 60	15 - 30
Hazır giyim	180 - 210	90 - 120
İnşaat	90 - 180	1 - 90
Plastik	90 - 180	1 - 90
Tarım makineleri	90 - 180	90 - 120
Tekstil	180 - 250	90
Ayakkabı	240	180
DEĞİŞMEYENLER		
Operasyonel araç kiralama	40	40
Bakır	45	45
Tarım	30 - 60	30 - 60
Boru	50 - 65	50 - 65
Özel hastane	60 - 120	60 - 120
Kozmetik Perakendeciliği	90 - 120	90 - 120
Züccaciye	300	300
UZAYANLAR		
Elektrik Taahhüt	60	75
Süt, süt ve et ürünleri	65 - 70	75 - 80
Turizm	30 - 60	30 - 90
Makine	60 - 90	90
Sigorta	75	90
İç giyim	90	100
Değerli taş/mücevherat	90	90 - 120
Bilişim	100 - 120	120 - 140
Özel okul	100 - 120	120 - 150
Seramik	90 - 180	90 - 210
Mobilya	180	540

ZİNCİRLEME ETKİ

Pınar yetkilileri, süt ve süt ürünleriyle et ve şarküteri ürünlerinde sektörde tahsilat süresinin son 1 yılda 50-55 günden 55-60 güne uzadığını aktarıyor. Bu sektörlerde ödeme süresi ise 65-70 günden 75-80 gün aralığına çıkmış durumda.

Sektörün tümünün sıkı bir şekilde birbirine bağlı olduğunu belirten Pınar yetkilileri, zincirleme reaksiyona dikkat çekiyor ve şöyle değerlendiriyorlar: "Çoğu kısıtlı sermaye ve yüksek borç yapısıyla çalışan özellikle küçük şirketler, daha çok zorlanıyor. Birçok küçük ve orta sermayeli şirket satışı değerlendirse de müşteri bulamıyor veya değer üzerinde anlaşamıyor. Bazı tedarikçiler veya hizmet sağlayıcılar işlerindeki kaliteyi veya verimliliği düşürüyor, işlerin aksamasına yol açabiliyor. Bazıları ise yaşamlarını sürdüremez hale geldikleri için işi terk edebiliyor."

Gantek Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Şefik Öngün, bilişim sektöründe tahsilat süresinin 30-40 gün, ödeme süresinin ise 20 gün uzadığını belirtiyor. Öngün, değerlendirmesine şu şekilde devam ediyor:

"Döviz kurunun kısa zamanda yüzde 50 artış göstermesi ve piyasalardaki hareketlilik vadelerin uzamasına neden oldu. TL/dolar paritesinde yaşanan artış sektörümüzü olumsuz etkiledi. Büyük şirketteki tahsilat ve ödeme sıkıntısı doğal olarak o şirketle iş yapan kırtasiye, temizlik, servis tedarikçisinden tutun hammadde, ürün tedarikçisine kadar çalıştığı bütün tedarikçileri etkiler. Bu etki her tedarikçiye kendi ölçeğinde yansır. Şirketlerin nakit akışına aşırı dikkat etmesi gerekiyor. Bu çerçevede nakit, alacak borç ekseniyle TL- yabancı para pozisyonlarını dengede tutmaları ve risklerini sürekli ölçmeliler."

Doğalılar, eğitimleriyle, kültürleriyle hayata değer katarlar.

Hem akademik başarılarıyla hem de kazandıkları sosyal becerilerle, dünyaya,
teknolojiye ve çevreciliğe bakış açılarıyla, her yaptıkları işe, her girdikleri ortama kalite getirirler.
Çünkü onlar, bunları deneyimledikleri bir ortamda yetişirler. Üstün başarılara imza atan bir akademik kadroyla,
Türkiye'nin yetkin öğretmenleriyle, başarıya özendiren Proje Odaklı Eğitim Modeli ile,
birbirine örnek olan sınıf arkadaşları arasında, dünyaya hazır hale gelirler.

doğa
KOLEJİ
Başarı = Doğa

444 36 42
www.dogakoleji.k12.tr

/DogaOkullari

DENGESİZLİK YAŞANIYOR

Bazı sektörlerde tahsilat süresi son 1 yılda uzarken ödeme süreleriyse kısaldı. Ayakkabı, bu sektörlerden biri. Elle Ayakkabı Yönetim Kurulu Başkanı Fehim Akar, sektörde 2018'in ilk 9 ayında tahsilat sürelerinin 2017'deki 90-120 gün aralığından 180 güne çıktığını söylüyor. Akar, ödemelerdeyse vadelerin kısaldığına dikkat çekiyor ve şöyle konuşuyor: "Ödeme süremiz, 240 günden 180 güne düştü. Finansal anlamda güçsüz şirketlerin bu dönemi atlatmak için yeni finansman kaynakları yaratması, masrafları kısması, üretimi ucuzlatması ve personel istihdamını minimum seviyelerde tutması gerekiyor."

Büyük şirketlerde yaşanan tahsilat ve ödeme sıkıntısının birlikte çalıştığı yan sanayi ve fason üreticilerini 2 misli etkilediğine dikkat çeken Akar, şöyle devam ediyor: "Çünkü birçoğu ekonomik sıkıntılardan dolayı günü geçirmek için yaşıyor. Şirketler daha önce ödemede kullandıkları uzun vadeleri kısaltmak zorunda kalıyor. Dolayısıyla müşterilerinden gelen taleple tahsilat süreleri de uzuyor. Mevcut çeklerinin vadesini uzatarak geçici önlemler almaya çalışıyorlar."

Gıda takviyeleri de tahsilat süresi uzayan ama ödeme süresi kısalan bir diğer sektör. Zade Vital Genel Müdürü K. Taha Büyükhelvacıgil, bu durumu şöyle açıklıyor:

"Hammadde tedariklerimizde süre kısaldı. Satış hasılatında ise tahsilat süresi uzadı. Bunun da kur artışlarına bağlı olarak piyasa belirsizliğinden kaynaklandığını düşünüyoruz. Kurdaki dalgalanmalar tedarikte ciddi zorluklar getiriyor. Hiç kimse döviz riskini üstünde taşımak istemiyor."

TAHA BÜYÜKHELVACIGİL

HERKES SAVUNMADA

Hazır giyim, ayakkabı, tekstil ve plastik gibi bazı temel sektörlerde ise tahsilat ve ödemelerde vadelerin önemli ölçüde kısaldığına tanık oluyoruz.

Türkiye'nin önemli iplik üreticilerinden Durak Tekstil'in genel müdürü Ömer Durak, 2018'in ilk 9 ayında hem tahsilat hem ödeme süresinin 90 gün civarında olduğunu söylüyor. Bu süreler, 2017'nin aynı döneminde 180-250 gün arasındaydı. Durak, bu kısalmayı şöyle değerlendiriyor:

"Tahsilat ve ödeme sürelerimiz kısaldı. Çünkü dolardaki aşırı artış, hammaddesi ithal olan ürünümüzün yerine konmasını zorlaştırdı. Biz de satışlarımızı kısmen dolara endeksledik, kısmen de peşin paraya çevirdik ama işlerde önemli ölçüde düşüş oldu. Kurların aşırı derece artması tüm şirketleri etkiliyor. Bizim gibi şirketler ödeme sıkıntısına girmemek için vadeleri kısaltıyor, kısmen peşin paraya dönüyor. Ancak bu da satışların önemli ölçüde azalmasına, yani daralmaya neden oluyor."

Durak ayrıca yüzde 40-45 faizle banka kredisi kullanmanın şirketleri uçurumun kenarına getireceğini söylerken "Bu dönemi ilave kredi almadan hatta mevcut kredileri ödeyerek geçirmenin gerekliliğine inanıyoruz" diyor.

PEŞİNE DÖNENLER

Pek çok sektörde ise peşine dönme talepleri arttı. Bu sektörlerden biri onlarca alt sektörü olan plas-

"BATAK RİSKİMİZ YOK"

BARAN DEMİR / İBRAHİM POLAT HOLDİNG CEO'SU

VADEDE YAŞANANLAR

2018'in ilk 9 ayında ortalama tahsilat süresi seramikte 180-210 gün arasında, turizmde ise 60-90 gün arasında gerçekleşti. Ödemelerimizi seramikte enerji hariç 90-210 gün arasında, turizmde ise 30-90 gün aralığında yaptık. Seramikte de turizmde de tahsilat süreleri 15 gün uzadı. Rakiplerimizin vade uzatması karşısında biz de vade açmak zorunda kaldık. Ödemelerimizi de aynı paralelde uzattık.

KAPANMALAR OLDU

İnşaat sektöründeki durgunluğa bağlı olarak seramikçilerde satış problemi başladı. Büyük kapasite yatırımı yapan şirketler, fazla stokları olunca fiyat kırma ve vade açma yoluna gitti. Küçük şirketlerde de aynı nedenle zaman zaman fabrika kapatmalar oldu. Turizmde ise küçük şirketlerin kapanmasıyla karşılaşıldı. Kredi borçları nedeniyle satışa çıkanlar oldu. Büyüklerde tahsilat sıkıntısı olunca alım yaptıkları küçük şirketlere de ödemelerini geciktiriyor.

KİMDE SIKINTI YOK?

Seramik tarafında bizim gibi şirketler nakit akışını iyi yönettiği için sıkıntı çekmiyor. Teminat yapısını iyi oluşturan, ihracata önem veren, iş ortaklarına değer veren ve onların da ekonomide ayakta kalması gerektiğinin zor günlerde dayanışma içinde olunması gerektiğinin bilincinde olan şirketler, hem ödemelerini aksatmıyor hem tedarikçileriyle finansal yönetim konusunda tecrübelerini paylaşarak fayda ve destek sağlıyor. Tahsilat ayağında da teminat ve sigorta yapısını iyi oluşturduğumuz için batak riskimiz yok. İhracat tahsilatlarımızla da iç pazardaki tahsilat gecikmelerini karşılayabiliyoruz. Turizm tarafında da bilmediğimiz müşteriye vade açmıyoruz.

DOĞA KOLEJİ BURSLULUK SINAVI

12-13 OCAK 2019

4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 ve 11. sınıflar için
%100'e varan burs imkanı

Son başvuru: 11 Ocak 2019 Saat: 12.00
Sınava kayıt ve bilgi için: dogakoleji.k12.tr/bursluluksinavi

Burs desteği oranı kampüslerin kontenjanları ile sınırlıdır.

doğa KOLEJİ
Başarı = Doğa

444 36 42
www.dogakoleji.k12.tr

/DogaOkullari

ORHAN TURAN / TÜRKONFED YÖNETİM KURULU BAŞKANI

"ÖTELEME VAR"

TAHSİLAT UZADI

TÜRKONFED'in 26 bölgesel ve 3 sektörel federasyonundan ödeme ve tahsilat süreleriyle ilgili gelen geri bildirimlere göre kısa vadede 3-6 ay, uzun vadede ise 9-12 aya kadar ödeme sürelerinde geçtiğimiz yıla oranla bir öteleme söz konusu. Güneydoğu Anadolu'da tekstil sektöründe ödeme süresinin 12-15 ay arasında değiştiği de gelen bildirimler arasında. Bu yıl ortalama 45-60 gün sektörlere göre geç tahsilat söz konusu.

ÇEK YAZDIRMIYORLAR

KOBİ'lerimizin en önemli sorunu, tahsilat sürelerinin uzaması. Anadolu iş dünyası, uzun süredir çalıştıkları şirketlerin tahsilatlarını yapamamasına karşın, çek uzatma ya da açık hesap oluşturma gibi yöntemlerle iş süreçlerine devam ediyor. Çek uzatmaya giden üyelerimiz, çeklerin ödeme süreleri geldiğinde arkasına "Karşılıksızdır" diye yazarak icraya verme yoluna gitmiyor. Ya çek uzatma yaşanıyor ya da yeniden tahsilatlarla ilgili yeni çekler karşılıklı olarak benimsenip yazılıyor.

tik. TOBB Plastik Kauçuk Kompozit Sanayi Meclisi Başkanı ve PAGEV Yönetim Kurulu Başkanı Yavuz Eroğlu, tahsilat ve ödeme sürelerinin kısaldığını söylüyor ve yaşananları şöyle anlatıyor:

"Yurt dışı piyasalarda Türkiye'nin riskli olarak algılanması, yurt içinde ise piyasa güveninin kaybı, faiz artışları ve finansmana ulaşmadaki güçlükler vadeleri kısalttı. Sektörümüzün yüzde 90'ı KOBİ'lerden oluşuyor ve finansmana ulaşmakta zorluk çekiyorlar. Bazı şirketlerin küçülmeye gittiğini görüyoruz. Bunun yanında iskontolu fiyatlardan peşin ihracat yapmaya çalışan şirketler olduğu gibi iç piyasada tahsilat vadelerini kısarak denge kurmaya çalışanlar da var."

İnşaat, ödeme ve tahsilatta sıkıntıların en fazla olduğu sektör. Sektörün devlerinden Nuhoğlu İnşaat da konkordato ilan etti. Öte yandan Türkiye'nin en büyük metro tünel kazıcısına sahip ikinci inşaat şirketi Yertaş da yurt dışındaki 65 milyon dolar alacağını tahsil edemeyince konkordatoya başvurdu. Şirketin yönetim kurulu başkanı Abdullah Sadıkoğlu, "Türkmenistan'da 25 milyon dolar, Kuzey Irak'ta ise 40 milyon dolar alacağımız vardı tahsil edemediğimiz için konkordato talebinde bulunduk" diyor.

BÜLENT GÜRCAN

HAKAN SEZGİN

Kurların artışı ve buna eklenen risk zamlarıyla birlikte hammadde ve yarı mamul tedarikçilerinin vadeleri ciddi oranda daraltığına dikkat çeken Aslandağ Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Cemal Aslandağ, "Nakit talepleri var. Aksi takdirde malzeme temin edebilmek çok zorlaştı. Konut satışındaki düşüş, şirketleri yapmaları gereken ödemeleri ötelemeye yöneltti" diyor.

KAÇ KÜÇÜĞÜ ETKİLİYOR?

Tahsilat ve ödeme sürelerindeki sorunlar, her zaman önce küçük ölçekli şirketleri etkiliyor. Özellikle bir büyük şirketin borçlarını ödeyememesi onlarca küçük oyuncuyu etkileyebiliyor. MOBSAD Başkanı Nuri Gürcan, mobilya sektöründe küçük şirketlerin kapanma noktasına geldiğini büyüklerinse küçüldüğünü söylüyor. Gürcan, "Büyük bir şirketteki sıkıntının, yaklaşık 10 küçük tedarikçiyi doğrudan etkilediğini söyleyebiliriz" diyor.

ZÜCDER Başkanı İsmail Erdoğan, büyüklerin sorunlarının küçükleri nasıl etkilediğini şöyle anlatıyor:

"Örneğin, üretici bir şirket kendi alt bayisine vadeyi kısıtladığı zaman alt bayisi de ister istemez bu vadeyi daha da kısaltmak ve taksit sayısını azaltmak zorunda. Ortadaki kârlılıklarla bu finansman giderini tek başına küçüklerin kaldırabileceği bir durum yok. Banka faizlerinin getirdiği finansman maliyeti arttı. Bunu karşılayabilecek bir kârlılık olmadığı için ister istemez vadeler geri çekilecek. Vadelerin kısılması uzun vadede herkes için olumlu yansıyacak."

Aksesuar/takı sektörünün önemli şirketlerinden Sezgin Group'un yönetim kurulu başkanı Hakan Sezgin, faiz ve kurda yaşanan dalgalanmaların etkisini şöyle anlatıyor: "Döviz cinsinden yüksek borcu olan şirketler için 2018'in ilk 9 ayı oldukça sıkıntılıydı. Şirketler özkaynaklarını kullandığı ve küçülmeye gittiği bir dönem yaşandı. Hatta özkaynak yetersizliğinden dolayı banka kredilerine başvurular arttı. Kredi kullanımları arttıkça şirketlerin yatırım kapasitelerinde düşüşler oldu. Ekonomide yer alan her şirket, bir zincir gibi birbirine bağlı. Büyük şirketlerdeki finansal sıkıntılar küçükleri doğrudan etkiliyor. Büyük şirketlerin finansal büyüklüğüne bağlı olarak bu durumdan 3 küçük şirket de etkilenebilir, 50 küçük şirket de." C

Continental
The Future in Motion

BU KIŞ ZORLU YOLLARDAN BİRİNCİLİKLE ÇIKIN.

Bağımsız testleri birincilik* ile geçen
Continental kış lastikleri
şimdi **4 al 3 öde** avantajıyla.

sport auto
Testurteil | Ausgabe 11/2017
Sehr Empfehlenswert
TESTSIEGER
Continental WinterContact TS 850 P | 225 / 40 R 18 V

auto motor sport
Testurteil | Ausgabe 21/2018
TESTSIEGER
Sehr empfehlenswert
CONTINENTAL WinterContact TS 860 205/55 R 16 H

ADAC Motorwelt 10/2018
16 Winterreifen im Test
CONTINENTAL
WinterContact TS 860
Dimension 205/55 R 16 91 H
gut (2,2)
ADAC
Test

GERMAN TECHNOLOGY

www.continental-lastikleri.com.tr

*WinterContact TS860, 2017 ve 2018'de bağımsız test kuruluşları ve dünyaca ünlü otomobil dergileri tarafından yapılan 14 farklı testte birinci olmuştur. Ayrıntılı bilgi için www.continental-tires.com
Kampanya 16 Kasım-31 Aralık tarihleri arasında, kampanyaya katılan Continental Yetkili Satıcıları'ndan yapılacak Continental marka binek, 4x4 veya hafif ticari lastik alımlarında geçerlidir. Kampanya stoklarla sınırlı olup internet satışlarını kapsamamaktadır. Ayrıntılı bilgi için www.continental-lastikleri.com.tr

Yapı Kredi World'e özel **7 taksit!**
Detaylı bilgi: **worldcard.com.tr**

YapıKredi WORLD
Türkiye'nin en bonkör kartı

"4 SEKTÖRDE BÜYÜYECEĞİZ"

Yarım yüzyılı aşan Özaltın Holding, Türk iş dünyasında ayak izleri en belirgin gruplardan biri. Ankara kökenli grubun cirosunun büyük kısmı halen inşaat ve taahhüt sektöründen geliyor. Enerji, turizm ve tarım ise grubun odaklandığı diğer önemli iş kolları. 2018'i yaklaşık 2 milyar TL ciroyla kapatmayı hedefleyen Özaltın Holding'in, ortaklarıyla birlikte 6 milyar dolarlık devam eden projesi bulunuyor. Cumhuriyet tarihinin en büyük altyapı projesi olan Gebze-İzmir Otoyolu projesi bunlardan biri. Yüzde 27 payla projenin büyük ortaklarından olan Özaltın'ın enerji sektöründe devam eden yatırım tutarıysa 3 milyar dolar civarında. Grup, enerjide tamamlanacak yatırımlarla birlikte yaklaşık 5 milyar 250 milyon kWh enerji üretim kapasitesine ve 2.500 MW kurulu güce ulaşacak.

Grubun gelirlerindeki payı yüzde 15 civarında olan turizmde ise Gloria Hotels çatısı altında Türkiye'nin en önemli turizm projeleri hayat buluyor. Özaltın Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Öznur Özaltın, 6 yıldır grupta görev alıyor. İki yıl önce Özaltın Holding Kurucu Başkanı Nuri Özaltın'ın vefatının ardından yönetimde yeni bir yapılanma oluştu.

Bugün Nuri Özaltın'ın büyük oğlu Hayrettin Özaltın, grubun başkanı; diğer kardeşlerden Nurettin Özaltın finansın başında ve Öznur Özaltın ise turizme liderlik ediyor. Özaltın Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Öznur Özaltın, her yıl yüzde 10 büyüme hedefiyle ilerlediklerini söylüyor. Özaltın, Mersin'de golf oteli, İstanbul, NewYork ve Londra'da ise şehir oteli yatırımlarına başlayacaklarını açıklıyor. Özaltın, "Uzmanlaştığımız sektörlerde büyümeyi hedefliyoruz. Belirsizliğin yüksek olduğu dönemlerde fazla risk almanın doğru olmadığını düşünüyoruz. Bu doğrultuda ciro ve çalışan sayısı olarak her yıl yüzde 10 büyüme hedefi koyuyoruz. Dünya çapında şirketlerimizin artmasını istiyoruz. İşimizde zirveye çıkacağız. Gloria markasını yurt dışında bir butik zincir haline getirmek istiyoruz" diyor.

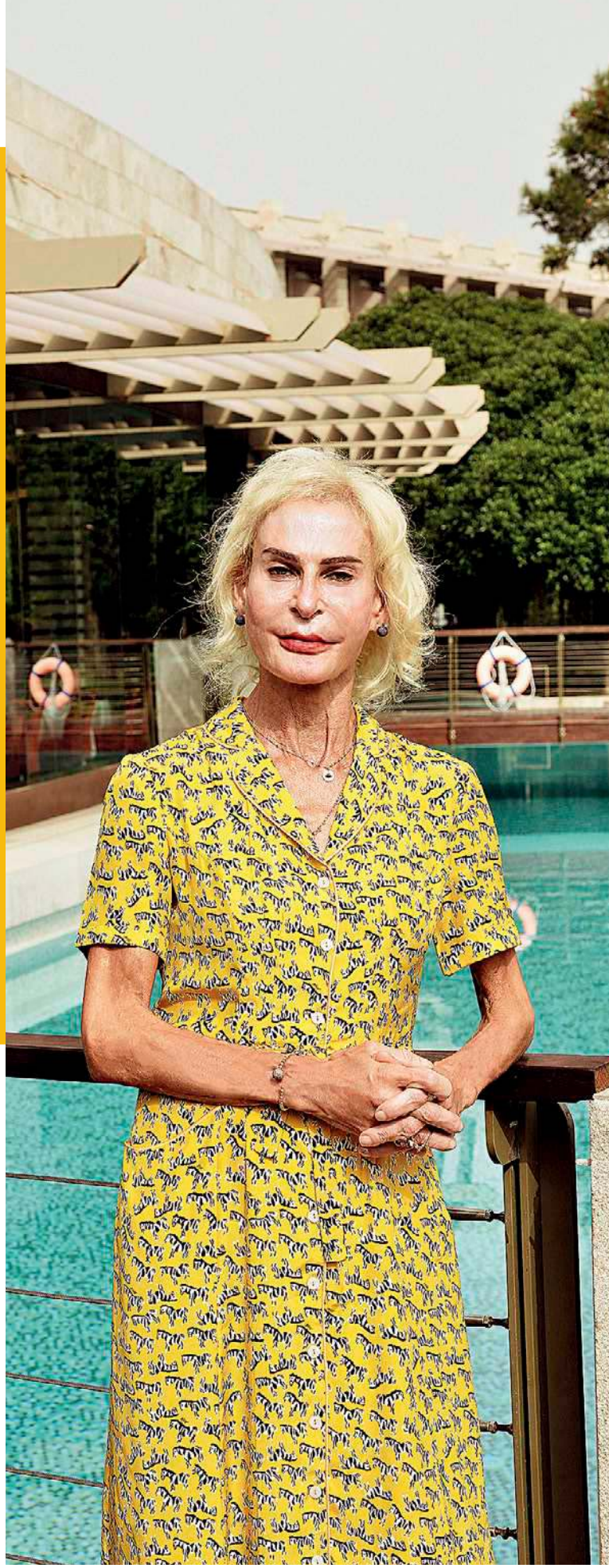
RAKAMLARLA ÖZALTIN HOLDİNG

1. Ciromuz 2017'de 2 milyar TL düzeyindeydi. 2018'i ciroda bu seviyelerde tamamlamayı bekliyoruz.
2. Gelirlerimizin yüzde 65'i inşaat, yüzde 20'si enerji, yüzde 15'i turizmden geliyor.
3. Devam eden projelerin toplamı, ortaklıklarda bize düşenler de dahil olmak üzere 6 milyar dolar seviyesinde.
4. Enerjide 3 milyar dolarlık yatırım var. Tamamlandığında 5 milyar 250 milyon kWh üretim kapasitesine ulaşacağız.
5. Gloria'nın cirosu 2017'de 49 milyon Euro idi. 2018'de 64 milyon Euro'ya taşıyacağız. 2019'da hedefi ise 80 milyon Euro...
6. Mersin'de golf oteli yapıyoruz. İstanbul'da şehir oteli planı var. Yurt dışında da otel yatırımı düşünüyoruz.
7. Bölgenin en büyük kapalı sera tesisine sahibiz. Rusya krizinde Türkiye'de ithalatına izin verilen ilk 3 güvenilir şirketten biri oldu.
8. Ana sektörlerde büyümeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda ciro/çalışan sayısı olarak her yıl yüzde 10 büyüme hedefi koyuyoruz.

Özaltın Holding, Cumhuriyet tarihinin en büyük altyapı projesi olan Gebze-İzmir Otoyolu'nun yüzde 27 payla büyük ortaklarından biri. Grubun devam eden yatırımları ortaklarıyla beraber 6 milyar dolar. Holding, enerjide 3 milyar dolarlık yatırımı tamamlayarak 2.500 MW kurulu güce ulaşacak. Turizmde ise 3.200 yatak kapasitesine sahip. Özaltın Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ÖZNUR ÖZALTIN, "2018'i 2 milyar TL ciroyla kapatırız. Her yıl yüzde 10 büyüme hedefimiz var. Mersin'de golf oteli, İstanbul, NewYork ve Londra'da ise şehir oteli yatırımlarına başlayacağız. İşimizde zirveye çıkacağız. Gloria markasını yurt dışında bir butik zincir haline getirmek istiyoruz" diyor.

ÖZLEM AYDIN AYVACI
oaydin@capital.com.tr

FOTOĞRAFLAR: GÖKHAN ÇELEBİ



Özaltın Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Öznur Özaltın, Capital'in sorularını şöyle yanıtladı:

● Nuri Bey'in vefatının ardından grupta nasıl bir yönetim yapılanması oluştu?

■ Nuri Özaltın çok iyi, zeki ve vizyoner bir babaydı. Geçmişten beri ülkesine insan yetiştirmeye, onlara sorumluluk vermeye ve özgüven aşılamaya önem verir, bunu adeta görev telakki ederdi. Vefatından bir süre önce şirket yönetimini, başta ağabeyim Hayrettin Özaltın olmak üzere biz çocuklarına emanet etmişti. Her zaman en büyük desteğimiz Nuri Özaltın'dı. Vefatından sonra daha da kenetlendik. Yolumuza onun gösterdiği hedefler doğrultusunda ilerliyoruz. Büyük ağabeyim Hayrettin Özaltın o zaman yönetim kurulu başkan yardımcısıydı, şimdi ise başkanlık görevini yürütüyor. Diğer ağabeyim Nurettin Özaltın ve ben yönetim kurulu başkan

yardımcılarıyız. Nurettin Bey finanstan sorumludur. Ben ise son 6 yıldır turizm grubumuzun başındayım. Bu 6 yılın, 4 yılını babam Nuri Özaltın'la birlikte geçirdim.

● Politikanın içinde olmak size ne kattı?

■ Daha önce eşim Ali Talip Özdemir'in politikacı kimliği nedeniyle çok yoğun bir hayatın içindeydik. 22 yaşımda bakan eşi oldum. Cumhurbaşkanı protokolünden, uluslararası protokole kadar her ortamda bulundum. İnsan ilişkilerim çok gelişti, bana çok katkısı oldu. Sezgilerim her zaman güçlüydü ama politikanın içinde bu gibi özelliklerim daha da gelişti.

● Siz politikayı düşündünüz mü?

■ Ali Talip Bey çok yoğun çalıştığı için ben politikayı düşünmedim. 'Bir aileden 2 kişi politikada olmaz' diye düşündüm.

● Aile arasında nasıl bir uyum var?

Çocuklarımızın görev bölümü konusunda tamamen özgür bir ortam oluşturduğumuza inanıyorum. Her biri inşaat, enerji, turizm ve seracılık alanlarında farklı tecrübeler edindiler. Son dönemde konsantrasyonlarının yoğunlaştığı iş kolları biraz daha belirgin hale geldi. Ancak her zaman bilgi paylaşımına ve karşılıklı destek prensiplerine bağlı kalmalarını arzu ediyoruz.

Sevgi, saygı ve güven gibi değerler çerçevesinde çok sağlam kökleri olan bir aile yapımız olduğuna inanıyoruz. Şirket ve aile yönetimi birlikte çok kolay değil ama eğer değerlerinize bağlı kalırsanız huzurlu ve uyumlu bir ortam tesis etmek zor olmuyor.

Hayrettin Bey'in yönetim kurulu başkanı olarak yönlendirmeleri ve desteği bizler için çok kıymetli. Ben turizm grubunun yöneticisi olarak Hayrettin Bey'in yükünü ne kadar hafifletebilirsem kendimi o kadar iyi hissediyorum. Geriye dönüp baktığımda 6 yıllık süreçte turizm grubunun ciro ve kârlılık anlamında ulaştığı nokta beni oldukça motive ediyor.

● Bugün Özaltın Holding dediğimizde karşımızda nasıl bir büyüklük, ekosistem var?

■ Özaltın Holding dediğimizde bundan 53 yıl önce inşaat sektöründe temelleri atılan, yıllar içinde ulaşım, enerji, turizm ve seracılık sektörlerinde de yatırımlarını gerçekleştirerek, büyüyen ve gelişen bir yapı mevcut. Önemli inşaat projelerimiz arasında başta barajlarımız olmak üzere atık su arıtma tesisleri, yollar, köprüler, tüneller, demiryolları, boru hatları, oteller, spor tesisleri, toplu konutlar, hastaneler ve fabrikalar var. Bunlara ilave olarak 2000'li yılların başında adım attığımız enerji sektöründeki yatırımlarımız tamam-

"İŞİMİZDE ZİRVEYE ÇIKACAĞIZ"

ODAKLI BÜYÜME

Uzmanlaştığımız sektörlerde büyümeyi hedefliyoruz. Belirsizliğin yüksek olduğu dönemlerde fazlaca risk almanın doğru olmadığını düşünüyoruz. Bu doğrultuda ciro ve çalışan sayısı olarak her yıl yüzde 10 büyüme hedefi koyuyoruz.

"YERİMİZDE SAYMAYIZ"

İlkleri hayata geçiren bir grubuz. İlklerle var olmayı sürdürmek de en büyük hedeflerimizden. Yerimizde saymak değil, daima zirve için ilerliyoruz. Her zaman başarı başarıyı getirir.

"DAHA GÜZEL GÜNLER GÖRECEĞİZ"

Gloria markasını yurt dışında bir butik zincir haline getirmek istiyoruz. Dünya çapında şirketlerimizin artmasını istiyoruz. Ülkemizi düşünüyoruz, kaliteyi her zaman yukarıya taşımak istiyoruz. Bu anlamda, Sayın Mehmet Nuri Ersoy'un sektörden biri olarak turizm bakanı olmasından çok mutlu olduk ve ümitlendik. Turizmde daha da güzel günler göreceğiz.

landığında yaklaşık 5 milyar 600 milyon kWh enerji üretim kapasitesine ulaşmayı hedefliyoruz.

Seracılıkta ise şu an bölgenin en büyük kapalı sera tesislerinden birine sahibiz. Rusya krizinin sonunda Türkiye'den domates ithalatına izin verilen ilk 3 güvenilir şirketten biri Özaltın Seracılık oldu.

Gloria Otelleri bünyesinde yaklaşık 2.000 çalışanımızla beraber toplamda Özaltın'da 5.000'e yakın kişiye istihdam olanağı sunuyoruz.

● Özaltın İnşaat'ın devam eden işlerinin büyüklüğü ne kadar?

■ Özaltın Holding'in halihazırda devam eden projelerinin yatırım tutarı ortaklıkla devam edilenlerin Özaltın'a düşen kısmı dahil 6 milyar dolar seviyesinde. Bunların 2020 yılına kadar tamamlanmasını bekliyoruz.

Gebze-İzmir Otoyolu projesi, yap-işlet-devret (YİD) modeli ile yapılmakta olan Türkiye'nin en büyük altyapı yatırımı projesi. Toplam yatırım büyüklüğü 8 milyar dolar seviyesinde. Biz Özaltın olarak yüzde 27 pay ile ortak girişim grubunun en büyük hissedarlarından biriyiz. Projeyi 2019 yılı içinde tamamlamayı planlıyoruz.

● 2017'de cironuz nereye ulaşmıştı? 2018'in ilk 9 ayını nasıl geçirdiniz?

■ Grup ciromuz 2017 sonunda 2 milyar TL seviyesinde gerçekleşti. 2018 yılını da ciroda bu seviyelerde tamamlamayı bekliyoruz. Gloria Otelleri olarak 2017'de yaklaşık 49 milyon Euro olan ciromuzu toparlanma yılı olarak değerlendirdiğimiz 2018 yılında 64 milyon Euro seviyelerine taşıyacağız. 2019 yılı hedefimiz ise 80 milyon Euro seviyelerini aşmak olacak.

Turizmde 2016 yılında yaşanan krizin etkileri 2018'de önemli ölçüde ortadan kalktı. Başarılı bir ekibimiz var ve ilk 9 aylık verilerimizden memnunuz. Ancak Gloria için nihai bir hedef asla yok. Daha mutlu personel, daha yüksek misafir memnuniyeti, daha çok yenilik... Bunları tesis ettiğiniz takdirde bizler için sürdürülebilir bir başarı hikayesinden bahsetmek çok da zor olmayacaktır.

● Grubun gelirlerinin dağılımından bahseder misiniz?

■ Özaltın Grubu inşaat faaliyetleri konusunda uzmanlaşmış bir grup. Dolayısıyla gelirlerimizin büyük bir bölümünün inşaat faaliyetlerinden geldiğini söyleyebiliriz. Oranlayacak olursak yüzde 65 inşaat, yüzde 20 enerji, yüzde 15 turizm diyebiliriz.

● Ajandanızın en önemli maddeleri neler?

"GELECEK GÜNEŞTE"

ENERJİ BÜYÜYOR

Enerji işlerimizin artarak devam ettiğini görüyoruz. Buradan hareketle ciromuz içindeki payını yıllar itibarıyla artıracağını söyleyebilirim. Güneş enerjisiyle ilgili önemli çalışmalarımız var. Geleceğin burada olacağına inanıyoruz.

2.500 MW KURULU GÜÇ HEDEFİ

Tamamlanacak yatırımlarımızla birlikte yaklaşık 2.500 MW seviyesinde kurulu güce sahip bir enerji portföyüne ulaşacağız. Hali-hazırda üretime geçmiş 5 barajımız bulunuyor. Bir tanesi özel sektörün YİD modeliyle yaptığı ve yapılmakta olan en büyük HES projesi.

GES ÖNEMLİ

Yapımı devam eden altıncı barajımızı da 2019 sonunda devreye almayı planlıyoruz. HES'lerin yanında, ülkemizde önemli bir yenilenebilir enerji kaynağı olan güneş enerjisi kaynaklı GES'lerle ilgili çalışmalarımız da var. Önümüzdeki dönemde bu alanda yatırımlarımız olabilir.

■ En büyük hedefimiz kendini tekrarlamaktan kaçınan, her yıl kendine yeni hedefler koyan bir turizm grubu olmayı sürdürmek. Turizmde yenilikleri her zaman yakalamak durumundasınız. Taklit olan hiçbir şeyi sevmem. Her zaman özgün ve yenilikçi projelerle yolumuza devam etme taraftarıyım.

Gloria için yapmak istediğimiz yüzlerce yenilik, onlarca proje var. Ancak son dönemde global para piyasalarındaki daralma bizi önceliklerimizi belirleme konusunda biraz daha fazla düşünmeye itiyor. Tüm bunlara rağmen markamıza, destinasyonumuza ve ülkemize inanıyoruz ve önümüzdeki dönemde bu doğrultuda yatırımlar yapmaya devam edeceğiz.

Gloria Otelleri'nde müşteri memnuniyetine çok önem veriyoruz. Yirmi yıldır, her yıl, misafirlerimizin yüzde 40'ı yeniden tesislerimize geliyor. Bu oldukça önemli bir oran. Turizmin ekip işi olduğuna inanıyorum. İyi yönetici, ekibini iyi yönetendir. Çok iyi bir ekibim var ve birlikte yürüyoruz. Ben yenilikçi vizyonumla ekibimin işini kolaylaştırıyorum.

● Çok kötü geçen 2016'nın ardından turizm toparlandı. Siz neler yaşadınız?

■ 2018, harika bir yıl. 2018 yılının ilk 9 ayı çok iyi geçti. Böyle de devam edecektir. Yılı 64 milyon Euro ciroyla kapatmayı hedefliyoruz. Avrupa ülkelerinden gelen turist sayısı henüz istenilen seviyeye ulaşmadı ama bu yıl önceki yıllara nispeten İngiliz turist sayısında önemli bir yükseliş olduğunu gözlemliyoruz.

2016'daki Ruslarla yaşanan olumsuzluklar, maalesef sadece bizi değil, Türkiye'nin geneli-

"BÜYÜDÜKÇE MÜTEVAZILAŞACAKSIN"

"ÇALIŞANLAR BABASI GİBİ GÖRÜRDÜ"

Nuri Özaltın her yönüyle çok farklı bir insandı. Yaşadığım sürece babamı örnek almaya devam edeceğim. Çok büyük bir iş adamı, çok iyi bir lider ve çok iyi bir babaydı. Sadece ailesine karşı değil, çalışanlarına karşı da verdiği değeri gösterirdi. Yollarını ayırdığı kişiler bile cenazesine katıldı. Bu bizi çok duygulandırdı. Çalışanlarının babası gibi gördüğü bir patrondu. Babamın bize verdiği en önemli öğüt şuydu: Büyüdükçe daha da mütevazı olacaksınız!

İLKLERİ HAYATA GEÇİRDİ

Sevgili babam, rahmetli kurucumuz her zaman hayallerini ve hedeflerini bir adım öteye taşıyarak, onları hayata geçirip, başarıya ulaştı. Faaliyette bulunduğu her sektörde, yenilikçi kişiliğiyle ilklere imza atma arzusu, cesareti ve öncü kişiliği ile hep bizlere ve etrafına örnek oldu. Bu konudaki en büyük sırrını ise şu sözlerle açıklıyordu: "Çalışmak insanı dinç tutar. Başarımın sırrını, doğru zamanda verilen doğru kararlara ve bitmek bilmeyen çalışma aşkıma borçluyum."

BABAMIN VASİYETİ

Bizlere iş hayatıyla verdiği en büyük vasiyet ise her zaman çok çalışıp, başarılarımızın artarak devam etmesini sağlarken, bunların aile bütünlüğümüze ve çalışanlarımızla olan iyi ilişkilerimize olumsuz etki etmemesini sağlamaktı. Sürekli çalışmak, her zaman mütevazı ve dürüst olmak en önemli öğütleriydi. Bizler de onun değerlerine bağlı kalarak, onun izinden gitmeye gayret ediyoruz.

ni etkiledi. Alternatif destinasyon arayışımız her zaman devam etse de maalesef Rusların eksikliğini kapatan bir millet olamıyor. Ne mutlu ki o günler geride kaldı, Rus turist sayımızda muazzam bir artış oldu. Rus misafirlerimizi çok özlemiştik, onlar da Türkiye'yi çok özlemiş. Sektör, 2018'de yüzde 30 civarı büyüdü. Her şey yolunda giderse 2019'da da yüzde 20 büyüme olur.

● Turizmde son dönem önemli yatırımlarınız oldu. Turizmde yatak kapasiteniz nereye ulaştı?

■ Mevcut yatak kapasitemiz 3 bin 200 seviyelerinde. Son dönemde Avrupa'da, hatta dünyadaki en değerli birkaç spor tesisinden biri olarak kabul edilen Gloria Sports Arena'yı işletmeye aldık. Bu yatırım bugün dünyanın her bölgesinden hem profesyonel hem amatör binlerce sporcuya ev sahipliği yapıyor.

● Turizmde yeni yatırım planınız var mı? Turizmde hedefleriniz neler?

■ Öncelikli olarak, mevcut tesislerimizde hizmet kalitemizi her zaman daha da üst seviyelere taşımak için sürekli yenilik, sürekli vizyon ve inovasyon gerektiğini bilerek, mevcut tesislerimizde yeni yatırım planlamaları yapıyoruz. Örneğin Gloria Serenity, Verde ve Golf Resort'te odalarımızda renovasyon çalışmalarımız, gastronomideki yenilikler için ilave a la carte restoranlar ve kongre turizmindeki talep sebebiyle kongre merkezimizi büyütme planlarımız gibi…

Bunlarla beraber ülkemize gururla kazandırdığımız Türkiye'nin ilk spor oteli olan ve 55 farklı spor branşında hizmet veren Gloria Sports Arena'ya da yüksek talepten dolayı ilave oda projemiz gündemimizde. Yeni yatırım planlamamızda ise belirli bir süredir markamızı Antalya dışına taşıma hedeflerimiz üzerinde çalışıyoruz. Mersin'de yeni bir golf oteli projesi üstünde çalışıyoruz. Burada arazimiz mevcut. İstanbul'da şehir oteli için her zaman bir arayışımız var. Başta Londra ve NewYork'ta otel yatırımı yapmayı planlıyoruz. Manhattan, Brooklyn ve Queens'te yer bakıyoruz. Bir süre önce Manhattan'da artık yer kalmadığını da öğrendik. Elimizde birkaç yer var buna göre doğru zamanda hareket edeceğiz.

● Bu yatırımlar Gloria markasıyla mı olacak?

■ Gloria dışında bir marka düşünmüyoruz.

● İçinde bulunduğumuz dönemde özellikle hangi risklere odaklanıyorsunuz?

■ Bulunduğumuz sektörlerden bağımsız olarak iş hayatında finansman ve alternatif maliyetlerin değerlendirilmesi oldukça önem kazandı. Biz de gerek mevcut işletmelerimizin yönetiminde gerek önümüze çıkan yatırım fırsatlarını değerlendirirken birçok iç ve dış değişkeni göz önünde bulundurarak karar vermeye çalışıyoruz. Gloria olarak düşündüğümüzde gelirlerimizin önemli bir kısmı döviz cinsinden olduğu için kendi operasyonumuzda önemli bir kur riski taşımıyoruz. Alacaklarımızın tahsiline ve tedarik zincirimizin kırılmaması hususlarına azami özen gösteriyoruz.

Özellikle hedge gibi korunma mekanizmalarını devreye sokarak riskleri en aza indirmeye gayret gösteriyoruz. Ülkemize inanıyoruz. Yatırımlarımızdan vazgeçmiyoruz ama bu dönemde biraz daha temkinli hareket ediyoruz. C

MITSUBISHI ELECTRIC

KLİMA SİSTEMLERİ

DOĞUŞTAN ÜSTÜN

Benzersiz performans ve baş döndürücü tasarım onun genlerinde var.

LEGENDERA

Klimanın yeni yorumu.

Yakut Kırmızı

İnci Beyazı

Kuzguni Siyah

klima.mitsubishielectric.com.tr

444 7 500

“YARININ İHTİYAÇLARINA BUGÜNDEN ÇÖZÜM ÜRETİYORUZ”

Diagnostik pazarının güçlü oyuncularından Roche Diagnostik Türkiye, önümüzdeki dönemde yeni teknolojileri uygulamaya alarak yükselen dijitalleşme trendlerine öncülük yapmayı planlıyor. Roche Diagnostik Türkiye Genel Müdürü, Orta Asya & Kafkas Ülkeleri Yönetim Merkezi Başkanı Burçak Çelik, “En önemli önceliğimiz hastalara kişiselleştirilmiş tedavi hizmeti sunmak” diyor.

Diagnostik sektörü, tanı çözümleriyle tedavi kararlarında ciddi etki payına sahip. Bu nedenle pazar büyük ve açığa çıkarılmayı bekleyen bir potansiyel taşıyor. Roche Diagnostik Türkiye de pazarın önemli bir oyuncusu. Portföylerindeki HPV testiyle servikal kanser riski olan kadınları daha kanser oluşmadan yıllar önce belirleyebildiklerini belirten Roche Diagnostik Türkiye Genel Müdürü, Orta Asya & Kafkas Ülkeleri Yönetim Merkezi Başkanı Burçak Çelik, “Kanser oluşumunu önlenebilir hale getiriyoruz. Yine kanser tedavilerinde bu amaç uyarınca, Roche’un geliştirdiği her molekül için bir yardımcı diagnostik testimiz bulunuyor” diyor. Sundukları hizmetlerle ve teknoloji yatırımlarıyla diagnostik pazarına yön verdiklerinin de altını çizen Çelik, önümüzdeki dönemde en önemli önceliklerinin yeni teknolojileri uygulamaya alarak hastalara kişiselleştirilmiş tedavi hizmeti sunmak olduğunu söylüyor. Roche Diagnostik Türkiye Genel Müdürü, Orta Asya & Kafkas Ülkeleri Yönetim Merkezi Başkanı Burçak Çelik ile şirketi, sektördeki konumlarını ve yeni dönem planlarını konuştuk.

Roche Diagnostik’in Türkiye’deki faaliyetleri nelerdir?
Türkiye’nin öncü sağlık şirketlerinden biri olma hedefiyle yolan çıkan Roche Diagnostik olarak, merkezi ve hasta başı tanı çözümleri, moleküler çözümler ve diyabet alanlarında yenilikçi ve ileri teknolojiye dayalı ürün portföyümüzle müşterilerimizin ihtiyaçlarına en iyi şekilde cevap vermeyi amaçlıyoruz. Bugün baktığımızda ülkemizdeki en büyük Sağlık Bakanlığı eğitim ve araştırma hastaneleri, üniversite hastaneleri, özel hastaneler ve laboratuvarlar ile çalışıyoruz. 1991 yılından beri doğrudan hizmet verdiğimiz Türkiye pazarında, profesyonel ve kişisel kullanıma yönelik cihazlarımız, biyokimya, hormon, genetik, moleküler ve kanser test portföyümüzle geniş bir alanda çalışmalarımız devam ediyor. Ayrıca hastaların hayatlarında fark yaratacak çözümler sunmak üzere tanı ve tedaviyi yönlendirici testlerin etkinliğini geliştirmek için çalışıyoruz. Global pazardaki öncü pozisyonumuz, bilgi birikimimiz ve tecrübemiz Türkiye’de sunduğumuz hizmetleri sürekli geliştirmemizde önemli bir rol oynuyor. Sektördeki en son ve en kaliteli çözümleri sunmaya devam ederek, faaliyet gösterdiğimiz tüm alanlardaki öncü yaklaşımımızı hep bir adım ileriye taşıyor, inovasyon ve Ar-Ge’yi iş süreçlerimizde önceliklendiriyoruz. Önümüzdeki dönemde en önemli önceliğimiz ise geleneksel diagnostik ve tedavi yöntemlerinin ötesine geçmek; yeni teknolojileri uygulamaya alarak ve yükselen dijitalleşme trendlerine öncülük ederek, hastalara kişiselleştirilmiş tedavi hizmeti sunmak.

In vitro (vücut dışı) diagnostik çözümlerin, tedavilerdeki öneminden bahsedebilir misiniz?
Diagnostik, laboratuvarda yapılan analizlerin bütününü

kapsayan bir alan. Bir insanın, hastalık teşhisi için laboratuvara girdiğinde yapılan kan, idrar gibi testlerinin tamamına diagnostik diyebiliriz. Dolayısıyla hastalarımıza doğru teşhis konulmasında ve doğru tedavinin sağlanmasında son derece etkin bir konumdayız. Sunduğumuz diagnostik çözümlerle hastaların merak ettiği soruların cevabını almasına yardımcı oluyor, sağlıkları hakkında hızlı bir şekilde hareket etmelerini sağlıyoruz. Hekimlere de klinik kararlarında destek oluyoruz. Bu sayede hastalıkların tedavi süreci kolaylaşıyor, hastalığın daha kötüye gitmesi ve hatta kimi zaman hastalığın başlaması engelleniyor.

Yeni ilaçlar geliştirirken diagnostik çözümlerin önemi hakkında bilgi verebilir misiniz?
Bugün pek çok alanda geliştirilen yeni ilaçlar ve teknolojiler hastaların hayatlarını iyileştirmede kilit rol oynuyor. Artık çoğu kanser tipinde piyasaya sürülen hedefe yönelik tedavilerin, yaşam süresini anlamlı olarak uzattığı çeşitli çalışmalarla kanıtlanmış durumda. Haliyle bu tedavilerin maliyetleri göz önüne alındığında, uygun hastalar için kullanılması kritik önem taşıyor. İşte tam da bu noktada diagnostik çözümler çok büyük bir paya sahip. İlaçların geliştirilme aşamasından itibaren uygun hastaların seçiminde kullanılacak testlerin de birlikte geliştirilmesi, sadece bu ilaçtan fayda sağlayacak hastaların tespit edilmesinde belirleyici unsur diyebiliriz.

Sizin bu alanda çalışmalarınızdan bahseder misiniz?
Hastalıkların tedavilerini yönlendiren biyobelirteçleri ve hastalıklara ilişkin genetik farklılıkları doğru tanımlayabilmemiz, her bir hastanın ihtiyaç duyduğu tedaviyi etkin ilaçlarla uygulayabilmemiz anlamına geliyor. Örneğin portföyümüzdeki HPV testi ile servikal kanser riski olan kadınları daha kanser oluşmadan yıllar önce belirleyebiliyor ve kanser oluşumunu önlenebilir hale getiriyoruz. Yine kanser tedavilerinde bu amaç uyarınca, Roche'un geliştirdiği her molekül için bir yardımcı diagnostik testimiz bulunuyor. Roche olarak, her hastaya doğru tedaviyi, doğru zamanda ulaştırmayı hedefleyen kişiselleştirilmiş tedavi stratejimiz doğrultusunda, yenilikçi diagnostik çözümlerimiz ve ilaçlarımızla 2017 yılında dünya çapında 137 milyon hastaya dokunmayı başardık.

Roche'un diagnostik pazarındaki konumu nedir?
Diagnostik sektöründe farklı uzmanlık alanlarında hizmet veren birçok oyuncu bulunuyor. Ağırlıklı olarak uluslararası şirketlerin faaliyette olduğunu söyleyebiliriz. Biz Roche Diagnostik olarak, yenilikçi yaklaşımımızı sürdürüyor ve bir fark yaratabileceğimize inandığımız, henüz karşılanmamış tıbbi gereksinimlere odaklanarak hastalara daha etkin ve daha güvenli çözümler sunmak için çalışıyoruz. Türkiye'de pre-analitik ve post-analitik sistemleri kurarak laboratuvar entegrasyonunu gerçekleştiren ilk şirketiz. Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi yıllık milyonlarca testin en güvenli ve en verimli şekilde hekimlerin ve hastaların hizmetine sunulmasına katkıda bulunuyoruz. Aynı zamanda yine laboratuvar dışında kliniklerde kullanılan hasta başı sistemlerini de entegre ederek, sonuç ve hasta güvenliğini sağlıyoruz. Sunduğumuz hizmetlerle ve teknoloji yatırımlarımızla diagnostik pazarına yön veriyoruz.

"Dünyada medikal teknoloji şirketlerine yatırım yapıyoruz"

Roche'da işimizin özü ve odak noktamız, yarının ihtiyaçlarına bugünden çözümler üretmek, toplum sağlığı için değer yaratacak ilaçlar ve tanı testleri geliştirmek. Dolayısıyla geleneksel teşhis ve tedavilerin ötesinde düşünmemiz, hastalarımızı gerçek anlamda tanımamız gerekiyor. Tanı, tedavi ve büyük veri alanlarının tamamını bünyesinde barındırdığı için, Roche dünyada kişiselleştirilmiş sağlık hizmetleri alanında benzersiz bir konuma sahip.

Daha etkili ve verimli araştırmalar yapabilmek ve hastalar adına daha doğru kararlar verebilmek adına veri toplamak için farklı uygulamalar geliştiriyoruz. Her hastanın kişiselleştirilmiş tedavi desteğini aldığı bir dünya düşünün. Biz bu amaca ancak en iyi dijital çözümlerle ulaşabileceğimizi biliyoruz. Önemli bilimsel soruları cevaplamak amacıyla yüksek kaliteli verilerden anlamlı sonuçlar çıkarmamız şart. Bu amaç doğrultusunda, küresel girişimcilik ruhumuzun bir yansıması olarak stratejik iş ortaklıkları kuruyor; özellikle globalde medikal teknoloji şirketlerine yatırım yapıyoruz.

Dijital diagnostikle ilgili GE ile iş birliğiniz var. Bundan kısaca bahseder misiniz?
Dijital dönüşüm çalışmalarımız çerçevesinde, klinik karar vermede destek çözümlerin geliştirilmesi ve pazarlanması konusunda global olarak GE Healthcare ile bu yıl yeni bir iş birliğine imza attık. Gelişmiş analiz yöntemleri kullanarak klinik kararların alınmasını sağlayan iş akışı çözümleri ve uygulamaları sunacak bu iş birliği sayesinde, diagnostik sektöründe ilk kez bu kapsamda bir ortak dijital platform hayata geçirmiş olacağız. Örneğin, onkoloji alanında farklı uzmanlıklara sahip bir ekip, ellerindeki kapsamlı veri tablosu sayesinde tedavinin her aşamasında kararlarını gözden geçirebilecek, birlikte çalışabilecek veya tedavi konusunda eşzamanlı olarak hareket edebilecek.

Advertorial

BÜYÜK GÖÇ!

Artan maliyetlerin yol açtığı yeni bir durum var... Yükselen fiyatlara satın alma gücüyle yanıt veremeyen tüketicide talep kayması gözleniyor. En önemlisi bu durum çoğu sektörde alışveriş alışkanlıklarını değiştiriyor.

● ÖZLEM AYDIN AYVACI
oaydin@capital.com.tr

Çoğu tüketici, premium ürünlerden vazgeçip bir alt segmente yöneliyor. Sektör uzmanlarına göre de son dönemde gıdada düşük gramaja, hızlı tüketimde özel markalara, giyimde düşük fiyatlı ürünlere, otomotivde C segmentine, ayakkabıda ise yerli markalara kayışın en büyük nedeni talepte yaşanan bu yeni değişim.

Kurlardaki yukarı yönlü hareket hem üretim hem tüketimde domino etkisi yarattı. Artan maliyetler üreticileri yüzde 40'a varan fiyat artışları yapmak zorunda bıraktı. Perakende noktalarında bir ay içinde birkaç kez etiketi değişen ürünler bile oldu. Bu artışları alım gücüyle karşılamakta zorlanan tüketicinin talep ettiği ürünlerde ise segment kayması oluştu.

İnci Deri Yönetim Kurulu Başkanı Ali Murat Kızıltaş yaşanan bu değişimi şöyle özetliyor: "Geçen yıl lüks segmentten 6 taksitte alacağınız bir ayakkabı veya çantanın bugün geldiği fiyat pek çok kişi için lüksün de ötesine geçmiş durumda. Markalar bazı müşterileriyle vedalaşmak durumunda kalırken, yeni müşterilerle de tanışıyorlar. İthal markalardan, yerli markalara dönüş yapan büyük bir müşteri grubu var. Son 3 ayda ciddi bir kırılım yaşandı."

ÖNDER GÖKER

CENK TABAKOĞLU

Otomotivde yaşananlar da oldukça çarpıcı. Hyundai Genel Müdürü Önder Göker, yılın başından bu yana ortalama yüzde 35-40 artan otomobil fiyatlarıyla A segmentinde giriş fiyatının 85 bin TL'ye geldiğini söylüyor. Üst segmentlerden orta segmentlere doğru bir talep kayması olduğuna dikkat çeken Göker, "Üst paketlerde SUV segmentteki talep yüzde 60'tan yüzde 30'a geriledi. Tüm segmentte 30 puanlık bir talep kayması oldu. C segmentinde satışların yüzde 70'i üst paketlerdeyken bu oran yüzde 30-40'a geriledi" diyor.

MALİYET HIZLI ARTINCA

Satın alma gücü düşen tüketici pek çok kategoride daha uygun fiyatlı alt segment ürünleri talep etmeye başlamış durumda. Günlük araç kiralama bu sektörlerden biri. Garenta ve ikinciyeni.com'un eski Genel Müdürü Özgür Maraş, yüzde 70'i bulan maliyet artışlarının günlük araç kiralama fiyatlarına yansıması sonucunda daha alt segment ekonomik araç talebinin arttığını söylüyor. Eskiden bir haftalık süreyle 1.000 TL civarında araç kiralayabilen tüketicinin şu anda benzer aracı 1.500 TL'ye kiralayabildiğini belirten Maraş, "Premium segment parkımız yüzde 10 küçülürken ekonomik segment araç parkımız yüzde 30 büyüdü" diyor.

Bernardo Yönetim Kurulu Başkanı Nurettin Sözen de satışını yaptıkları ürünlerde tüketicinin daha düşük parçalı setleri ve fiyatından ötürü orta segment ürünleri tercih ettiğini belirtiyor ve ekliyor: "Son 3 yıldır üst segmentteki satışlarımız yüzde 50 daralırken orta ve alt segmente kayış gözleniyor. Tüketicinin geliri fiyatlar kadar artmadığı için herkes alabildiği segmentteki ürüne yönleniyor."

TEMEL TÜKETİME DÖNÜŞ

Satın alma gücünün düştüğü dönemlerde ilk sigortacılık ürünlerinden vazgeçiliyor. Unico Sigorta Genel Müdürü Cenk Tabakoğlu, tüketicilerin ihtiyaçları olmayan teminatları ürünlerinden çıkararak maliyetlerini aşağıya çektiklerini söylüyor. Kaskoda rekabetin önceki yıllarda teminatların fazlalığıyla yaşandığını hatırlatan Tabakoğlu, "Teminatları müşteri ihtiyaçlarından fazla olan ürünler bile vardı. Son dönemde ise müşteri tercihleri doğrultusunda teminatlar arasında seçim yapılabilen modüler kaskolara eğilim arttı" diyor. Tüketicilerin sigorta maliyetlerini düşürmek adına temel ihtiyaçlarını karşılayacak, temel risklere çözüm öneren ürünleri tercih ettiğine dikkat çeken Tabakoğlu, "Fiyat hassasiyeti yüksek

Talep kaymasında son durum

Acer	Dizüstü bilgisayarda giriş seviyesindeki talepler ertelenecek, üst segmentten ortaya kayış bekleniyor.
Anavarza Bal	Satışlarda gramaj dağılımı yüzde 80/20 büyük gramaj lehineyken, yüzde 60/40 oranına geldi.
Arda Group	Şehir mobilyaları için premium kompozit satışı yüzde 0,3 azaldı, en alt kategori yüzde 4,5 büyüdü.
Arzum	Kanal kayması var. Cironun yüzde 7'si discount'tan gelirken yüzde 11 oldu.
Bambi Yatak	Premium segmentten alt segmente kayış beklentisi var.
Bernardo	Üst segmentler yüzde 50 daralırken orta ve alt segmente kayış var.
Garenta ve ikinciyeni.com	Son 1 yılda premium segment araç parkı yüzde 10 küçüldü, ekonomik segment parkı yüzde 30 büyüdü.
Honda	Premium markalardan vazgeçenler orta segmentte üst modellere yöneldi.
Hyundai	C segmentinde üst paketlerde yüzde 70'ini satarken bu oran yüzde 30 - 40'a geriledi.
İnci Deri	Sektörde premium markalardan yerli markaya kayış var.
Keskinoğlu	Bir yıl önce premium ürün ciro payı yüzde 25 iken bu oran son 3 ayda yüzde 15'e düştü.
Mediamarkt	TV'de büyük ekranların büyüme hızı yavaşlama başladı.
MOBSAD	Mobilyada arta ve alt segment ürünlerde fiyatı yüzde 30 daha ucuz olan ürünlere kayma söz konusu.
ODD	Düşük motorlu araçlardaki daralma pazar ortalamasının altında kaldı.
SeSa Grup	2018'de düşük fiyat gözlükteki büyüme yüzde 100'den fazla oldu. Premium'da yüzde 20-30 daralma bekleniyor.
Silk&Cashmere	En uygun fiyatlı ürünlerle en pahalı ürünlerin satıştaki payı 2'ye katlandı.
Teksüt	Tüketici daha düşük porsiyona geçiş yaptı, şirketler daha küçük gramaja döndü.
Unico Sigorta	Lüks teminatlardansa, temel ihtiyaçları karşılayacak, temel risklere çözüm öneren ürünlere yönelme yaşanıyor.
Vestel	Beyaz eşya sektöründe tüketiciler ucuz segmente kaymıyor ama fiyat-özellik konusunda hassaslar.
Zen Pırlanta	Alt gruba kayıştan çok, aynı segment içinde daha uygun fiyatlı ürünler tercih ediliyor.
ZÜCDER	Züccaciyede alt fiyat grubuna kayış başladı. Premium ürün büyümesi yüzde 10, alt segment yüzde 15.

Not: Tablo şirket ve sektör temsilcilerinin verdiği bilgilerle alfabetik olarak oluşturuldu.

müşterilerimizin, ihtiyaçlarını karşılayan ve günlük hayatlarına uyum sağlayabilen ürünlere eğiliminin yükseldiğini görüyoruz" diyor.

Kozmetikte de benzer bir eğilim söz konusu. L'Occitane Genel Müdürü Pınar Akçam, özellikle son 2 aydır çok ciddi anlamda bir talep kayması gözlemlendiğini söylüyor. Akçam, lüks kozmetikte yaşananları şöyle anlatıyor: "Büyük oranda müşterimiz bir alt hatta daha alt kategorilere kaydı. Daha alt segment markaların müşterilerinde de daha alta kaymak değil kozmetik harcamalarını kısmak yönünde davranışlar gelişebilir diye düşünüyorum."

PINAR AKÇAM

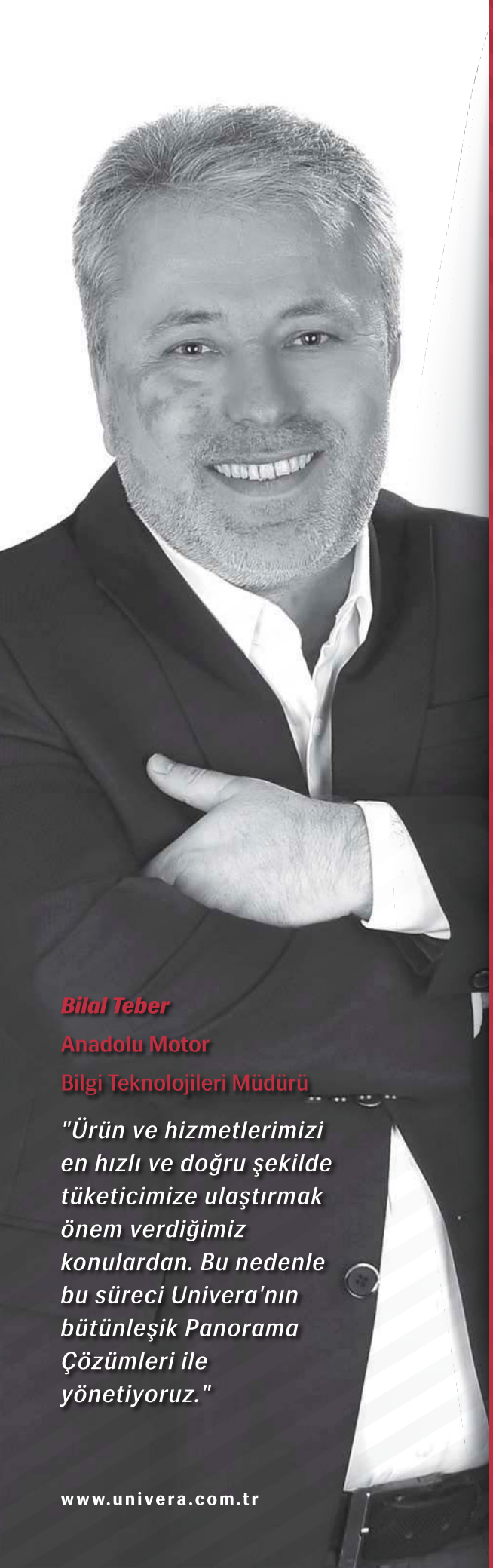
Akçam, 2018'de sektörün kur ve fiyat artışlarıyla cirosal anlamda büyüyeceğini ancak belirgin bir reel küçülme yaşayacağını da öngörüyor.

DAHA KÜÇÜK GRAMAJ

Gıdada küçük porsiyona yönelme birkaç yıldır vardı. Artan fiyatlar sonrasında ise küçük gramaj hem üreticiler hem tüketiciler için önemli çözümlerden biri haline geldi. BrandZone Eylül ayı verilerine göre 80 gramlık ambalajda satılan tablet çikolata 70 ve 65 gramlık ambalaja kondu. 230 gramlık gofretler yerini 170 grama, 88 gramlık bisküvi 72 grama, 40 gramlık kek 34 grama, 64 gramlık kraker 32 grama bıraktı.

Teksüt de bu yöntemi benimseyen şirketlerden biri. Süt ve süt ürünleri sektöründe onlarca kategoride üretimini sürdüren Teksüt'ün yönetim kurulu üyesi Arda Aksaray, bu dönemde fiyat hassasiyetinin daha küçük porsiyona yönelimi hızlandırdığını söylüyor. Aksaray, bunun nedenlerini şöyle anlatıyor: "Yeni dönemde en büyük sıkıntı, çeşitli kalemlerdeki maliyetlerin artması. Bunu ancak belli ölçüde tüketiciye yansıtabilirsiniz. Biz mümkün olduğunca maliyetleri kısmaya ve böylece fiyat üzerinde oluşan baskıyı hafifletmeye çalışıyoruz. Bazı ürünlerde talep görmeyen gramajları devreden çıkardık veya ambalaj değişiklikleri yaptık."

Anavarza Bal Genel Müdürü Can Sezen de bu konuya dikkat çekiyor ve "Satın alma gücünün düşmesiyle birlikte tabii ki tüketicinin satın alma davranışlarında değişiklik oluyor. Bu bazı tüketicilerde alt segmente kayma şeklinde olurken bazı tüketicilerde ise satın aldığı gramajı azaltarak olabiliyor. Normalde bizim gramaj dağılımımız yüzde 80 büyük gramaj yüzde 20 küçük gramaj iken son bir yılda bu oran yüzde 60 büyük yüzde 40 küçük gramaj oldu. Bundan sonraki süreçte küçük gramaj büyük gramajları geçecek."



Bilal Teber
Anadolu Motor
Bilgi Teknolojileri Müdürü

"Ürün ve hizmetlerimizi en hızlı ve doğru şekilde tüketicimize ulaştırmak önem verdiğimiz konulardan. Bu nedenle bu süreci Univera'nın bütünleşik Panorama Çözümleri ile yönetiyoruz."

www.univera.com.tr

Liderlerin Tercihi Univera

Anadolu Motor olarak başta Türk çiftçisi olmak üzere tarımla, toprakla ve denizle ilgilenen tüketicilerimize çapa makinesi, motopomp, deniz motoru, jeneratör ve motorlarımızı ulaştırıyoruz.

Ürün ve hizmetlerimizi en hızlı ve doğru şekilde tüketicimize ulaştırmak önem verdiğimiz konulardan. Bu nedenle bu süreci Univera'nın bütünleşik Panorama Çözümleri ile yönetiyoruz.

• Bayi kanalında siparişten teslimata olan adımların, ticari faaliyetlerin, stok bilgilerinin ve müşteriye satış da dahil tüm süreçlerin elektronik ortamda merkezi takibi ve yönetimini sağladık. Hem bayilerimize hem de bayilerimizin nihai müşteriye yapacağı kampanya ve promosyonları merkezi olarak yönetiyoruz.

• Nihai müşterilerimize satış sonrası kurulum hizmeti verilmesi, arıza/bakım operasyonlarının, garanti süreçlerinin, işçilik hakediş ve mobil servis operasyonlarının sistem üzerinden yapılarak etkin yönetimi ile ürün satış ve yedek parça temin süreçlerimizin dijital ortamda birleştirilmesini sağladık.

• Üretim ve stok sahasındaki süreçlerimizin anlık izlenmesi ve yönetilmesi hedeflerimizi gerçekleştirdik.

Anadolu Motor olarak Univera ile hayata geçirdiğimiz Dijital Dönüşüm Projemizin süreç gelişimlerinin devam etmesi kaçınılmaz. Bu değişimi, program ve teknolojik destek ile güncelliğini ve sürekliliğini ilk günkü gibi canlı ve heyacan verici tutma kararlığımızı iş ortağı yaklaşımımızla sürdüreceğimize inanıyoruz.

ANADOLU MOTOR
Daima yanında

univera
Kurumsal Teknoloji Çözümleri

DARALAN PAZARDA TALEP NEREYE?

Türkiye otomobil ve hafif ticari araç toplam pazarı, 2018 yılı 8 aylık dönemde bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 20,79 azalarak 440 bin 428 adet olarak gerçekleşti. Otomobil satışları, 2018 yılı Ağustos ayı sonunda geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 18,51, hafif ticari araç pazarı da aynı dönemde yüzde 28,04 azaldı.

Otomotiv Distrübütörleri Derneği Başkanı Ali Bilaloğlu, bu ortamda segmentlere göre değerlendirildiğinde, en yüksek satış adetine yüzde 54,9 pay alan C (189 bin 374 adet) segmentinin ulaştığını söylüyor. Segment oranlarındaki daralmanın pazarla paralel olduğuna dikkat çeken Bilaloğlu, "Fakat motor hacmine göre değerlendirdiğimizde 1600 cc altındaki otomobil satışlarında yüzde 18,5, 1600-2000 cc aralığında motor hacmine sahip otomobil satışlarında yüzde 25,7 ve 2000cc üstü otomobillerde yüzde 22,7 azalış izlendi. Çok belirgin olmasa da düşük motorlu araçlardaki daralma pazar ortalamasının altında kaldı" diyor.

ALİ BİLALOĞLU

Honda Türkiye Otomobil ve Motosikletten Sorumlu Satış, Pazarlama ve Planlama Genel Müdür Yardımcısı Bülent Kılıçer, ithal araçların fiyatlarına yansıyan maliyet artışlarının tüketicilerin davranışlarında önemli değişikliklere neden olduğunu söylüyor. Kılıçer bu değişimi şöyle özetliyor: "Bu değişiklik sadece aynı markanın daha düşük segmentlerine kayış olarak yaşanmıyor, farklı markaların modellerinin de tercih edilmesine neden oluyor. Ağırlıklı olarak premium markalardan vazgeçen tüketiciler, alışık oldukları prestij ve lüks sayılabilecek donanımlardan çok da fazla taviz vermeden daha ulaşılabilir fiyatlara satılan marka ve modellerin arayışına giriyorlar. Honda Civic'in, ağustos perakende satışlarının lideri olması da bunun bir sonucu. Bu yıl pazarın yüzde 83,74'ünü vergi oranları düşük olan A, B ve C segmentinde yer alan araçlardan oluştu."

Acer EMEA Başkan Yardımcısı Grigory Nizovsky, teknoloji düzeyine göre Türkiye'deki satışlar için kur hareketlerinin "daha hafif" bir etkisi olacağını bekliyor ve şöyle anlatıyor:

"Bunun nedeni ise Türkiye'de giriş seviyesi segmentinin kapasitesinin zaten çok düşük olmasının yanı sıra orta seviye CPU'lara olan ilginin de yüksek olması. Üst seviyenin yani 1.000 dolar ve üzeri fiyat bandındaki ürünlerin pazar payı 2017'deki düzeye düşebilir ve oyun bilgisayarlarının büyümesi yavaşlayabilir."

Hızlı tüketimde gramajlar düştü

Kategori	Eski gramaj	Yeni gramaj
Tablet çikolata	80	65-70
Çikolata bar kaplama&gofret	230	170
Bisküvi	88	72
Kek	40	34
Kraker	136	105

Kaynak: Brandzone Eylül

AKSESUAR SATIŞLARI ARTTI

Hazır giyimde tüketici talebiyle ilgili oldukça ilginç veriler söz konusu. Fabeks Yönetim Kurulu Başkanı AYŞEN ZAMANPUR, son dönemde daha uygun fiyatlı olan aksesuar satışlarının cirodan aldığı payın en çok sattıkları ipek tişört ve bluza yetiştiğini belirtiyor. Zamanpur, "Bunda fiyatların çok etkisi oldu" diye konuşuyor.

ULAŞILABİLİR MARKA AVANTAJI

Sektörde uygun fiyatlı satış stratejisiyle ilerleyen şirketlerde ise talep kayması görülmüyor. Penti Giyim CEO'su MERT KARAİBRAHİMOĞLU, ulaşılabilir bir marka olduklarını ve birbirinden farklı sosyo-ekonomik statüde kadın hedef kitleye ulaştıklarını belirtiyor. Karaibrahimoğlu, "Penti belli bir kategori kırılımı ve stratejisinde ilerlediği için segmentler arası bir kayma söz konusu değil" diyor.

UYGUN FİYAT STRATEJİSİ KAZANDIRIYOR

KRİZDE NORMAL

H&M Ülke Müdürü MÜGE ARPACIOĞLU, alt segmente kayışın genel anlamda tüm krizlerde beklenen bir sonuç olduğuna dikkat çekiyor. Arpacıoğlu, "H&M iş konsepti gereği en uygun fiyatla sürdürülebilir moda ve kaliteyi sunan bir şirket. Bu nedenle segmentler arası talep kayması yaşamıyoruz" diyor.

UYGUN FİYAT AVANTAJI

Orka Group Yönetim Kurulu Başkanı SÜLEYMAN ORAKÇIOĞLU da fiyat/kalite ekseninde ürünlerinin fiyatlarının uygun olduğunu söylüyor. Bu nedenle tüketicinin satın alma alışkanlığında bir değişim olmadığını belirtiyor.

Türkiye'de Sanayi 4.0 **dönüşümü başladı.**

Siz de bu dönüşümün içinde yer almak istiyorsanız, fabrikalarımız ve Ar-Ge çalışmalarımızdan edindiğimiz deneyimimizle, üretimden lojistiğe kadar tüm değer akışlarında, Sanayi 4.0 danışmanlığı, uygulama hizmeti ve proje desteği ile yanınızdayız!

BOSCH
Yaşam için teknoloji

Ayrıntılı bilgi için:
sanayidegelecek.com
i4.0@tr.bosch.com

FEVZİ KESKİNOĞLU
KESKİNOĞLU ŞİRKETLER GRUBU YÖNETİM KURULU BAŞKANI

"UCUZA KAYIŞ VAR"

PREMIUM PAYI DÜŞTÜ

Aynı ürün grubunda daha ucuz olan seçeneklere kayış var. Fiyat odaklı ürünlerin satış dağılımına baktığımızda, 1 yıl kadar önce premium ürün satışları aynı ürün grubundaki toplam satışlarda yüzde 25, alt segment ürünlerde ise yüzde 75 iken son 3 ayda bu oran yüzde 15-85 olarak gerçekleşmeye başladı.

SON 3 AYDA DERİNLEŞTİ

Bu kayış son 6 aydır başlamışsa da özellikle son 3 ayda derinleşerek arttı. Tatil planını, kurban hazırlığını önceden yapan ve okul alışverişinden kaçamayan tüketiciler alışkanlıklarını hemen değiştiremedi. Bu nedenle bu kayışın özellikle eylül ayının ikinci yarısından sonra daha da artacağını öngörüyoruz.

MALİYETLER YÜZDE 60 ARTTI

Birçok alanda ithalata dayalı üretim yapıldığı için hammadde girdi fiyatlarında çok ciddi oranda artışlar oldu. Bu durum bizim gibi hayvansal üretim yapan şirketlerin yem maliyetlerini son 6 ayda yüzde 60 artırdı. Son 5 yıldaki yem hammaddesi maliyet artışı ise yüzde 45 seviyelerindeydi. Bu nedenle hammadde artışına kıyasla birebir seviyede olmasa da nihai ürün satış fiyatları da yükselmeye başladı.

TASARRUF EĞİLİMİ

Tüketiciler perakendecilerden sadece günlük ihtiyaçlarını karşılayıp, mümkün olan harcamalarını erteliyor. Mevcut harcamalarını ise en düşük fiyatla yaparak tasarruf eğilimine girdiler. Gıda sektöründe diğer sektörlere göre nispeten daha az da olsa tüketimin düştüğünü gözlemliyoruz. Bu noktada satış stratejilerinde fazla hareket alanı kalmıyor, rekabet sadece fiyat odaklı gerçekleşiyor.

TUNÇ BERKMAN / VESTEL TİCARET A.Ş.
PAZARLAMA GMY VE MOBİL ÜRÜNLER SATIŞ GMY

"ORTA SEGMENT GÜÇLENİYOR"

ÜST SEGMENTTE KAYIŞ YOK

Türkiye'de 2018 yılı için panel markete baktığımızda 2017 yılına göre UHD segmentinin yüzde 18 oranında büyüdüğünü, inç olarak baktığımızda ise 55 inç ve üzeri talebin yüzde 32 oranında arttığını görmekteyiz. Genel olarak baktığımızda da tüketicilerin üst segment televizyon taleplerinin arttığı ortaya çıkıyor. Ancak asıl farklılık alt segmentte yaşanıyor.

ALTTA DAHA DÜŞÜK FİYAT ARAYIŞI

Alt segmentte fiyat avantajı olan markaların pazar payının arttığını görmekteyiz. Yani alt segmentte daha düşük fiyatlı markalar lehine bir yönelim yaşanıyor. Alt segmentte marka tercihinin daha kolay değişmesi ve daha az özellik aranması tüketicilerin daha uygun fiyatlı markalara yönelmesini sağlıyor.

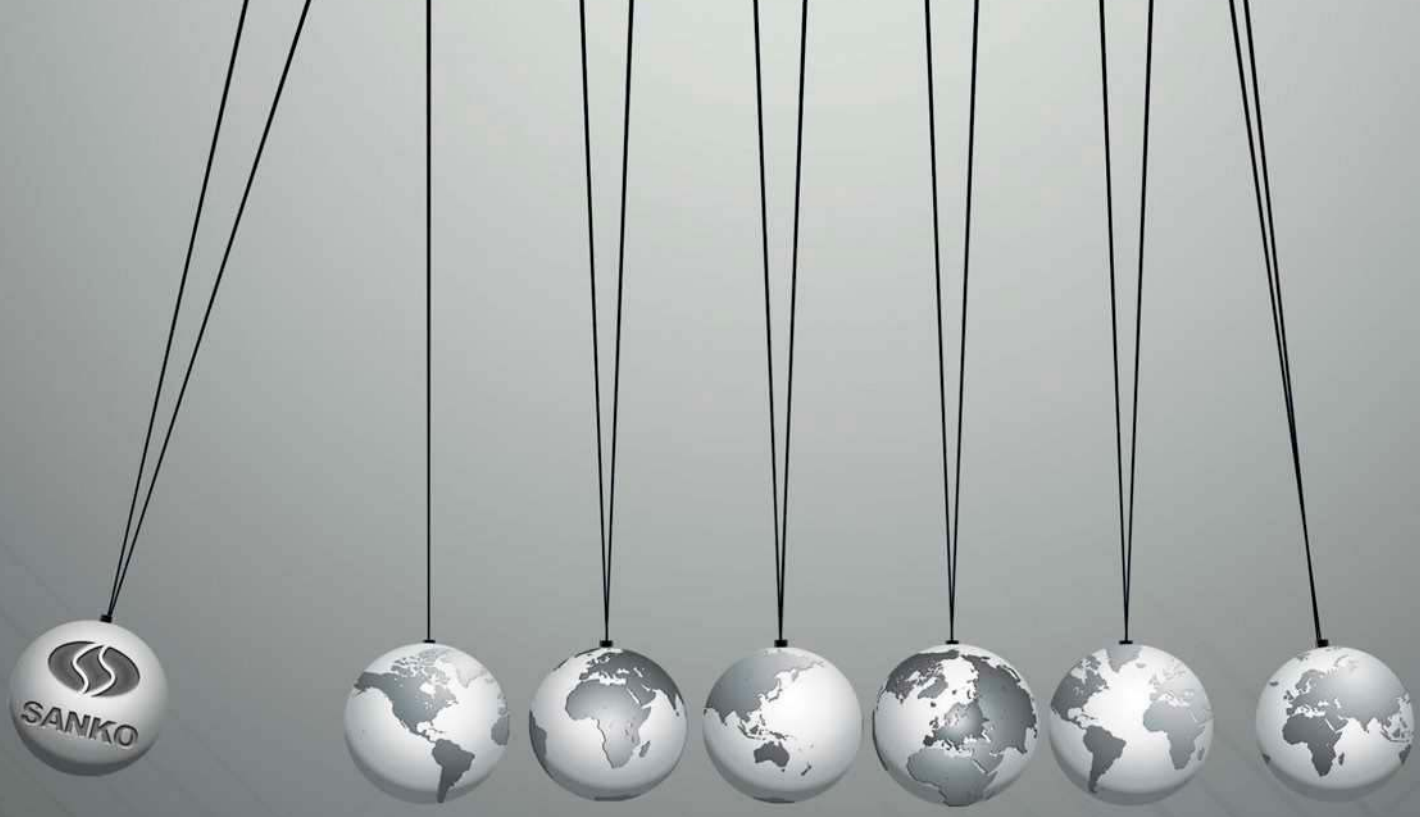
BEYAZ EŞYADA ORTAYA KAYIŞ

Beyaz eşya sektöründe tüketiciler ucuz segmente kaymıyor ama fiyat-özellik konusunda hassaslar. Bulaşık makinesinde eskiden 2 ve 3 program satılırken, şu an segmentin 4-5 programa kaydığını görüyoruz. Ancak 6 ve üstü program satışları hala çok yüksek değil. Tüketiciler az program kullandıklarını bilmekle birlikte 4 program segmentini büyüten ve giriş segmentlerden pay almasını sağlayan neden, özelliklerine göre daha uygun fiyatlı olmasıydı. Bu yüzden genel olarak tüm ürünler için orta segmentlerin güçlendiğini söylemek doğru olacaktır.

KANAL KAYMASINA DİKKAT

Küçük ev aletleri sektöründe, son 1 yılda fiyatlar ortalama yüzde 20 artış göstermiş durumda. Arzum Pazarlama ve Ürün Geliştirme Direktörü Mehtap Yıldız, ürünlere tüketici talebinin azalmadığını söylüyor. Son 2 ayda kurlarda yaşanan dalgalanmaların piyasaya etkilerinin başladığını söyleyen Yıldız, şöyle devam ediyor: "Örneğin aynı dönemler arası karşılaştırmamızda geçtiğimiz yıl yüzde 7 olan ciromuzun içindeki indirimli kanal oranı bu yıl yüzde 11 seviyesinde ilerliyor. Genel pazara baktığımızda da orta ve üst segmentin büyüdüğünü ve talebin bu tarafa kaydığını görüyoruz."

İndirim perakendeciliğiyle birlikte hızlı büyüyen bir diğer önemli alan özel markalı ürünler (private label). 2017'nin ilk altı ayında yüzde 20 büyüyen özel markalı ürünler sektörü 2018'in ilk altı ayında yüzde 30 büyüdü. Son 5 yılda hızlı tüketim ürünleri sektörü yüzde 70 büyürken private label'daki büyüme yüzde 120 oldu. PLAT Derneği Yönetim Kurulu Başkanı İmer Özer, private label ürünlerin daha hızlı büyümesini şöyle açıklıyor: "Özel markalı ürünlere artan talepte tüketici ekonomisinin bozulmasının etkisini görüyoruz. Private label sektörü Avrupa'nın ekonomik kriz dönemlerinde de yükselişe geçmişti. İndirim marketlerinin tüketici gözündeki güvenilir algısını yükseltmesi ve şube sayılarını hızla artırmalarıyla birlikte daha ulaşılabilir olmaları sektörün yükselişindeki perakendeci etkisi oldu." C



SİNERJİ YARATIYORUZ

Türkiye'nin önde gelen sanayi kuruluşlarından biriyiz,
bir asrı aşan başarılı geçmişimizle geleceğe güvenle bakmanın
haklı gururunu yaşıyoruz.

Farklı sektörlerde, binlerce çalışanımızla her adımda daha güzel bir
Türkiye hedefi ile ilerliyoruz.

www.sanko.com.tr

SANKO

AHU HANIM'IN YÜZDE 70 HEDEFİ!

Beyaz eşya ve otomotiv sektöründe global tedarikçi olan Fark Holding, bir dönüşüm yolculuğunun içinde. "Geleceğin yan sanayisini" inşa etme vizyonunu benimseyen Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı AHU SERTER, "Otomotiv sektörü kabuk değiştirirken yan sanayinin yerinde durması beklenemez" diyor ve bu dönüşüme liderlik etmek istediklerini anlatıyor. Hedefinin çok ciro yapan, cirosunu artıran bir grup olmadığına dikkat çekiyor ve yeni stratejisini ortaya koyuyor: "Ciromuzun çok büyümesiyle ilgili bir derdim yok. Ama 10 yıl içinde bu cironun yüzde 70'inin üretimden çok teknolojiden gelmesini istiyoruz. Teknoloji alanında, hiç beklemediğiniz küçük bir iş normal işin kat be kat fazlası büyüyor."

NİL DUMANSIZOĞLU ● ndumansizoglu@capital.com.tr

Fark Holding, pek çok dünya devi şirketle çalışan Türkiye'nin en büyük global tedarikçilerinden biri… Bayrampaşa'da yedek parça üretmek üzere küçük bir atölyede, bundan 50 yıl önce temelleri atılan Farplas, Renault, Honda, Toyota, Ford, Tofaş gibi otomotiv şirketleriyle birlikte çalışıyor. Beyaz eşyada ise Farel'le Bosch Siemens'in dünyadaki en büyük tedarikçisi durumunda.

Bundan 4-5 yıl önce kurumsal olarak holdingleşme yoluna giren şirketin strateji için belirlediği mottosu, "Gelecek, mobilite ve birliktelik." Bu nedenle yönlerini Ar-Ge ve inovasyona çevirdiklerini anlatan Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahu Serter, "Her şey dönüşürken dönüşmüş bir yan sanayiye de ihtiyaç olacak. Bunun içinde ilk olmak istiyorum" diyor.

Şu anda 250 milyon Euro olan cirolarında ağırlığın yüzde 85-90 oranında sanayiden geldiğini belirten Serter, içinde oldukları dönüşümle bundan 10 yıl sonra ağırlığın teknolojiye kaymasını bekliyor ve şöyle konuşuyor:

"10 yıl sonra cironun yüzde 70'i teknolojiden gelse hiç de fena bir sonuç olmaz. Hedefim çok ciro yapan bir şirketten ziyade değerli bir şirket yaratmak."

Ahu Serter, geleceğin yan sanayisi olma vizyonunu ve hedeflerini paylaştı…

● Fark Holding'in bugünkü profilinden ve ekonomik büyüklüğünden bahsedebilir misiniz?

■ Fark Holding, sanayi, teknoloji, turizm ve kültür olmak dört ana alanda faaliyet gösteriyor. Toplam ciromuz 250 milyon Euro ve gelirlerimizin yüzde 75'i ihracattan geliyor. Holding bünyesindeki toplam 10 şirketimizde, 2 bin 500'ün üzerinde çalışanımız bulunuyor.

Farplas, Farform, Otomarka, Faraero şirketleriyle otomotiv, beyaz eşyada Farel şirketiyle faaliyet gösteriyoruz. F+ Ventures ise teknoloji şirketlerine yatırım yaptığımız şirketimiz. Gelirlerimizin yüzde 85-90 civarı sanayiden geliyor.

● Farel ve Farplas'ta büyüklüğünüz nedir?

■ 2015 yılında Alman Wirthwein AG grubu Farel'in yüzde 70'ini satın aldı. Stratejik ortağı-

"MATA'YLA HEDEFİMİZ 62 MİLYON DOLAR"

GİRİŞİME İNANDI

Mata, benim bireysel yatırımlarımdan biri. 2006 yılında, Moiz Zilberman'ı da dahil ederek Mata'nın şu anki başarılı CEO'su Erce Kaslıoğlu ile 1 hafta içinde ortak olduk. İlk müşterimiz Aston Martin'di, ikinci müşterimiz ise Tesla oldu. Tesla'nın ilk tedarikçisiyiz.

PORTFÖY GENİŞLEDİ

Şimdi Chrysler, Jaguar, Land Rover, Bently ve Audi de müşterilerimiz arasında. Artık ahşap otomobil aksesuarı dışında karbon fiber de yapan bir şirket haline geldik. Slovakya'da yeni bir fabrika açtık. İngiltere'de bir Ar-Ge merkezimiz, Kaliforniya ve Detroit'te de tasarım ofislerimiz var. 2019 yılı hedefimiz 62 milyon dolar.

mız Wirthwein, 1 milyar Euro cirolu bir şirket. Şu anda en iyi fabrikalarından biri Türkiye'de. Farel'de bu yılı, 45 milyon Euro ile kapatacağız.

Farplas'ta ise geçen yıl 150 milyon Euro olan ciromuz, bu yıl yüzde 13 artışla 170 milyon Euro'ya çıktı. Servis setleri alanında dünya lideri haline geldi. Şu an bu işte 10 milyon Euro civarında bir büyüklüğümüz var.

● Müşterileriniz kimler?

■ Farel'de, Bosch Siemens'in dünyadaki en büyük tedarikçilerinden biriyiz. Farplas'ta hem ticari hem binek araca hizmet veriyoruz. Renault, Honda, Hyundai, Toyota, Ford, Tofaş binek gurubundaki müşterilerimiz. Faraero ve Farform'da da termoform teknolojileri üretiyoruz. Faraero'da Tayland'lı bir ortağımız var.

Holdingleşmeye 4-5 yıldır başladık ama hep hedefimiz 50'nci yılımızın başlangıcında farklı bir yapıya geçmekti. Bu yıl onu yapıyoruz.

● Nedir bu strateji?

■ Özellikle sanayi alanında mottomuzu, "Gelecek, mobilite ve birliktelik" (Future, mobility, together) olarak belirledik. Bunu yaparken de önce kendi şirketlerimizin, şirketlerin içindeki departmanların, dışardaki start up'ların ve yolcuların birlikte çalışmasını istiyoruz.

● Buna yönelik neler yapıyorsunuz?

■ Mobilitenin şekil değiştirmesi oyununda düzenli bir oyuncu olmak istiyoruz. Bu nedenle yönümüzü tamamen inovasyona çevirdik.

2009 yılında kurduğumuz Ar-Ge merkezimiz, Türkiye'nin ilk Ar-Ge merkezlerinden biri. Ciromuzun yüzde 3'ünü Ar-Ge'ye ayırıyoruz. 120'den fazla mühendis çalışıyor. Almanya'da Fraunhofer Aachen Üniversitesi, Türkiye'de Sabancı, Boğaziçi, İTÜ, İzmir Katip Çelebi ve Gazi üniversiteleriyle iş birliklerimiz var. Önümüzdeki yıl hedefimiz, Turquality olacak. Amacımız, bir B2B şirketin marka bilincini nasıl oluşturabileceğini hem kendimiz tecrübe etmek hem de bu konuda örnek olmak.

● Farplas'la İnovaLig-İnovasyon Liderleri Yarışması'nda 971 şirket arasında birincilik ödülü aldınız. Bu nasıl oldu?

● İnovaLig'de de 254'üncü sıradan 1'inciliğe yükseldik. Fikir geliştirme kültürünü şirket içinde canlandırmaya çalışıyoruz. Hem şirket içinden hem dışarıdan girişimcilere destek oluyor, finansman sağlıyoruz. Akıllı hareket etme noktasında şirket ve ülke olarak güçlü olduğumuz konuları belirledik. Bunlar da malzeme teknolojileri ve otomasyonda olan becerimizden dolayı robotik. Bilmediğimiz ama olmamız gereken konular için de F+ Ventures'ı kurduk.

● F+ Ventures'la neler yapıyorsunuz?

■ Bu yıl 3'üncü yılımız. Amerikalı ChargePoint ve İsrail merkezli, ABD ve bazı ülkelerde ofisleri bulanan Valens'a yatırım yaptık. ChargePoint, Tesla dışında bütün elektrikli araçların şarj istasyonlarını yapıyor. Amerika'da pazarın yüzde 80'ini elinde tutan bir şirket. Toplam 1 milyar 250 bin dolar yatırım yaptık. Valens ise araç içindeki dataları normalden 5 katı daha hızlı bir şekilde işleyen bir şirket. 2018'de Garaj Sepeti'ni de yatırım yaptık.

Kendi içimizde oluşturduğumuz şirketlerden biri olan Comodif, oldukça başarılı oldu. Sürücü davranışlarıyla ilgili yazılımlar gerçekleştiriyor. Şu anda Turkcell'le iş birliği yapıyor. Ondan önce de Tofaş'ın "Yol Arkadaşım" projesini yaptı.

● F+ Ventures'la bundan sonraki odağınız ne olacak?

■ Datanın analitiği, malzeme teknolojileri, mobilite, 3D yazıcılar gibi süreçleri hızlandıran, endüstri 4.0'la ilgili bütün alt kategoriler bizim ilgi alanımıza giriyor. Şu ana kadar toplam 6 milyon dolar yatırım yaptık. Gönlümüzden geçen, her yıl 5 milyon dolar yatırım yapmak. Bir müddet sonra F+ Ventures'ı para toplar hale getireceğiz. Böylece portföyümüz de büyüyecek.

● Vizyonunuzu yenilerken çalışanları işin içine katma kısmını nasıl yapıyorsunuz?

■ İnsanların kendilerini parlatabilecekleri fırsatlar yaratmak lazım. Onun için de bu fikir yolculuğunun şirketlerin içinde başlaması gerekiyor.

SERTER'İN YENİ VİZYONU

1. **Fark Holding'in cirosunu 2002'deki 8 milyon Euro'dan 250 milyon Euro'ya getirdik.**
2. **10 şirkette 2 bin 500 çalışanımız var, gelirlerimizin yüzde 75'i ihracattan geliyor.**
3. **Ciromuzun yüzde 85-90 civarı sanayiden geliyor. 10 yıl sonra bu oranın teknolojiye kaymasını hedefliyoruz.**
4. **Cironun yüzde 3'ünü Ar-Ge yatırımına ayırıyoruz. 120'den fazla mühendis çalışıyor.**
5. **Bundan sonraki büyümemiz dışı açılımla olur. Yeni yaklaşım 5 yılda 50-60 milyon Euro'luk ek büyüme getirecek.**
6. **Yeni ortaklıklara da her zaman açığız. ABD'de 10-50 milyon dolar arası cirosu olan bir şirket satın alması yapabiliriz.**
7. **F+ Ventures şirketimizle teknoloji şirketlerine 6 milyon dolar yatırım yaptık. Hedef, yılda 5 milyon dolar yatırım.**
8. **Bu şirkette "datanın analitiği, malzeme teknolojileri, mobilite, 3D yazıcılar" gibi teknolojiler ilgi alanımıza giriyor.**
9. **Ciromuzun çok büyümesiyle ilgili bir derdim yok. 10 yıl sonra cironun yüzde 70'inin teknolojiden gelmesini istiyoruz.**

"KRİZDEN DERS ÇIKARMAK LAZIM"

NASIL YÖNETMELİ?

Her ne kadar dövize endeksli fiyatlarımız olsa da bu yıl kurda o kadar büyük dalgalanmalar oldu ki tüm tedarikçiler gibi biz de olumsuz etkilendik. Bu dönemde, finansal riski yönetmek çok önemli bir hale geldi. Kriz süreçleri her ne kadar zorlu olsa da çok iyi dersler çıkarabileceğiniz dönemler de oluyor. Bir sonraki adımı doğru atmak, yumurtaların hepsini aynı sepete koymamak, kendine farklı bir müşteri veya pazar bulmak gibi dersler alınması lazım. Biz, daha önceki krizlerden aldığımız dersleri unutmadık.

2009'DAN NE ÖĞRENDİ?

2009 krizine hazırlıksız yakalanmıştık. Zaten hazırlıklı olsaydık da bir şey yapabilir miydik bilmiyorum. Çünkü kriz Türkiye'nin dışında, bizim mal verdiğimiz yerlerdeydi. 2009'dan sonra risk yönetim departmanı ve iç yönetim departmanları kurduk. Riskimizi iyi yöneterek bugüne geldik, o da bizi bu krizde korudu. Etkilendik ama müşteri yelpazeniz güzel dağılmışsa daha iyi atlatabiliyorsunuz. Bir de karşılıklı adaletli müşterilerle çalışmanın avantajını görüyoruz.

Pek çok konuyla ilgili eğitim programları açıyoruz, bunlara katılmak için fikir sahibi olmanıza bile gerek yok. Bu yıl 80 kişi katıldı. En son 7-8 takım kaldı. Bu takımlar, profesyonel şirket eğitimleri alıyor. Buradan çıkan çoğu fikir, genç ve yönetimde çok da yer almayan arkadaşlarla beraber oldu. Örneğin C-Sum (Creative Solutions on Urban Mobility) böyle ortaya çıktı. Amsterdam'da bir tasarım fuarına gittiğimizde, orada çay içerken yaptığımız konuşmalardan kendimize nasıl bir şirket olmamız gerektiği konusunda "5P" belirledik: Passion (tutku), progress (ilerleme), purpose (amaç), persistent (inatçı), people (insan).

● C-Sum şu an nasıl işliyor? Amacınız ne?

■ Şu an bir departman. Hem dışarı hem içeri hizmet ediyor. Yarının işlerini sunuyoruz. Örneğin bir fuarda insanlar, 5 yıl sonra ne olacağını görmek ister. Şu anda otomotiv fuarları, özellikle yan sanayide, sadece olanı sunar durumda. Biz yan sanayi olarak yarın ne yapacağımızı düşünüyoruz. Müşteriyi bir yolculuğa çıkarmayı ve yolculuğa çıkarken mobiliteyi işimize yedirmeye çalışıyoruz. Her şey dönüşürken dönüşmüş bir yan sanayiye de ihtiyaç olacak. Bunu düşünmeye başlamamız lazım. Ben, bunun içinde ilk olmamızı istiyorum.

● Üretiminizin ne kadarı otomasyon? Robotları kullanmaya başladınız mı?

■ Dijitalleşme teknolojileri üzerine Bosch'la ortak çalışıyoruz. Hedefimiz, bir sonraki yapacağımız fabrikanın dijital, kendi kendini yöneten bir fabrika olması. Bu projeye başladık, 1-1,5 yıllık bir proje. Bundan sonra 5'inci fabrikamızı yaptığımız zaman, mümkün olduğunca az insan eli değen bir fabrika olacak.

Diğer taraftan mobilite, dijital, parça üretme, malzeme teknolojileri gibi bütün yaptığımız işlerin birbirine bağlanması gerekiyor. C-Sum bunun çatısı gibi oldu. Müşterisine yenilikler sunan bir departman ama gerektiğinde Ar-Ge'nin, pazarlamanın, BT'nin kullandığı, şirket içinde farklı farklı işler yapan insanları ihtiyaç oldukça bir araya getiren bir yapısı var. Kendi alanımızda farklılaşıyoruz. Örneğin bu yıl, Las Vegas'taki

"BABAMDAN PROFESYONEL BİR ŞİRKET ALDIM"

YÖNETİM ANLAYIŞI

2012'de, babamdan her şeyi hazır, profesyonelleşmesini oldukça tamamlamış bir şirket devraldım. 2002'de 8 milyon Euro'luk bir şirketten şimdi 250 milyon Euro'ya ulaştık. Bu bir kartopu. Babam bana verdi, ben yuvarlayarak büyüttüm. Bizim ikinci kuşak olarak görevimiz, ailemizin gözünü arkada bırakmamak. Profesyonellerin de kendilerini güvende hissedeceği bir şirket yaratmak.

PROFESYONELLERİN KATKISI

Biz profesyonelleri aileleştirmiş, aileyi de profesyonelleştirmiş bir şirketiz. CEO'muz Ömer Bey 35, genel müdürümüz Ali Rıza Bey 32 yıldır bizimle çalışıyor. Onlar sayesinde profesyonellerin de aile kadar şirkete sahip çıkacaklarını bizzat gördüm. Bu nedenle 3'üncü kuşağı şirkette çalıştırmak gibi bir zorlamamız olmaz. Bu işi yapabilecek genç ve yetenekli insanlar çevremizde var.

Consumer Electronics Show'a (CES) katılan ilk Türk yan sanayi şirketi biz olacağız.

● Böyle yeniliklere odaklanırken şirketlerde kırılması gereken alışkanlıklar ne oluyor?

■ Bence alışkanlıkların sebebi rahatlık. Konforundan çıkmaktan hoşlanan yöneticiler oldukça girişimcilik kat sayısı da yükseliyor. Bizim şansımız, arkamızı dayayabileceğimiz kurumsal bir yapımızın olması. Şirketin kanatları altında onun gücünden faydalanıp istediğimiz fikirlerin peşinden gitme özgürlüğüne sahibiz.

● Yurt dışı faaliyetlerinizden de bahseder misiniz?

■ Bizim gibi şirketlerin faaliyet göstermesi şöyle oluyor; örneğin Renault'nun tüm dizayn ve tasarımla ilgili kararları Fransa'da alınıyor. Siz de bu karar vericilerin yanında olursanız daha araba tasarlanırken içinde oluyorsunuz. Global tedarikçi olmanın yollarından biri bu. Bu sebeple biz de müşterilerimizin yakınında, İngiltere'de, Fransa'da, Kore'de dizayn, tasarım ve mühendislik ofisleri kuruyoruz.

Şu anda Kore'de, partnerlerimizle Hyundai'nin tasarımlarına katkıda bulunuyoruz. Tayland'da Toyota ve Ford'un oradaki üretimlerinden pay almak üzere görüşmelerimiz var.

Fas ve Cezayir'de ise müşterinin üretiminin fazlalaştırılmasına yönelik destek veriyoruz.

● Yurt dışı hedefleriniz nedir?

■ Önümüzdeki yıl, Türkiye'deki Taylandlı ortağımızla Tayland'da yatırım yapağız. Avrupalı müşterilerimizin gittiği yerlere gitmek planlarımız arasında, şu anda Fas ve Cezayir'e bakıyoruz. Rusya'da büyüme stratejimiz var.

Amerika tamamen yeni bir pazar açılımı olacak. Orada iyi tedarikçilere hala çok ihtiyaç var. Amerika'da bir şirket kuracağız ya da şirket satın alması yapacağız. Şu anda hazırda olan bir şirketi satın almak bizim için iyi bir opsiyon olabilir. Yakın zamanda olacak gibi gözüküyor. 10-50 milyon dolar arası cirosu olan, bizim katacaklarımızla organik olarak büyüyen bir şirket olsun istiyoruz. Yeni ortaklıklara da her zaman açığız, iyi bir ortak geldiğinde değerlendiririz.

● Önümüzdeki 5-10 yılda şirketinizi nereye taşımak istiyorsunuz?

■ Önümüzdeki yıl Türkiye içinde bir büyüme beklemiyoruz. Bundan sonraki büyümelerimiz yurt dışı açılımlarımızla olur. 5 yıl içinde bize 50-60 milyon Euro'luk bir büyüme getirir diye düşünüyorum.

Benim ciromuzun çok büyümesiyle ilgili bir derdim yok. Ama 10 yıl içinde bu cironun büyük kısmının üretimden çok teknolojiden gelmesini istiyoruz. 10 yıl sonra cironun yüzde 70'i teknolojiden gelse hiç de fena bir sonuç olmaz. Teknoloji alanında, hiç beklemediğiniz küçük bir iş normal işin kat be kat fazlası büyüyor. Benim hedefim çok ciro yapan bir şirketten çok değerli bir şirket yaratmak. C

divan

Istanbul 1956

Dolu dolu mutluluk...

Divan'ın yeni yıl koleksiyonu ile sevdiklerinize dolu dolu mutluluk hediye edin.
Büyüleyin.

IRON

• Metal Kulplu, Metal Hazneli Ahşap Çanak • 1000g Selection Box • 750g Madlen • 485g Pralin • 175g Yaprak Nane
• 130g Yuvarlak Beggar • Çerez Fıstık • Brooks Brothers Mobil Şarj Aleti • Brooks Brothers Hediye Çeki • İki Boy Kesme Cam Şamdan
• Masa Saati • İkili Fotoğraf Çerçevesi • Büyük Boy Cam Hazneli Mum • Büyüteç • Yılbaşı Topları ve Yılbaşı Süsü

Koç

divanpastaneleri
www.divanpastaneleri.com.tr

'EN İYİ' YILA ULAŞMA HESABI

TOMOTİV, HAZIR GİYİM, KİMYA SANAYİNİN GÖZÜ HEP ihracat verilerinde… Turizm yabancı ziyaretçi sayısına, gayrimenkul ise satış adetlerine odaklanmış durumda. Lojistiğin odağı ise ciro… Kısaca her sektörün kendi performansını ölçebilmek için özel olarak dikkat ettiği bazı göstergeler var. Hedefleri de her daim bu kritik göstergelerdeki rekorlarını yeniden kırabilmek.

Biz de buradan yola çıkarak sektörlere son 10 yılda başat verilerinde ne zaman zirveye ulaştıklarını ve bu rekoru ne zaman aşabileceklerini sorduk. Sektör temsilcileri de sanayileri için kritik olan göstergeler üzerinden bize yanıt verdi. Buna göre örneğin otomotiv sanayii ihracatta 2017 yılı itibariyle kırdığı 29 milyar dolarlık rekoru içeride ve dışarıdaki ekonomik belirsizlik nedeniyle ne zaman egale edeceğini bilmiyor. E-ticaret bu yıl ciroda yeni bir rekor kıracağından çok emin. İnşaat malzemeleri sektörü ABD ile olan gerilim nedeniyle 2013'teki 22,2 milyar dolarlık ihracat zirvesine yakın vadede yaklaşamayacağını düşünüyor. Mobilya sektörü ise zorlanarak da olsa alternatif pazarlarla 2017'deki 2,7 milyar dolarlık ihracat rekorunu bu yıl kıracağı görüşünde.

100 MİLYON HEDEFİ

Turizm, ekonomideki dalgalanmaya karşın bir süredir keyfi yerinde olan sektörlerden… Dikkate aldığı yabancı ziyaretçi sayısı bakımından son 10 yılda en yüksek seviyeye 2015 yılında 36 milyon 244 bin 632 kişiyle ulaştı. Sektör 2016 yılında bölgede yaşanan siyasi gelişmeler nedeniyle olumsuz etkilense de 2017'de hızlı bir toparlanma sürecine girdi. 32 milyon 410 bin 34 yabancı ziyaretçiyle zirve yılına yaklaşarak 26 milyar 283 milyon 656 bin dolar gelir elde etti.

2018 ise turizmin her bakımdan zirveyi yakalayıp, üzerine geçeceği bir yıl olacağa benziyor. Yılın ilk altı aylık döneminde elde edilen turizm geliri, geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 30,5 oranında artarak 11,4 milyar dolar seviyesine yükseldi. Yine ilk 6 aylık verilere bakıldığında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 30,3 oranında artarak 16 milyon seviyesine çıktı. Rekor yıl kabul edilen 2015'in aynı dönemine göre ise yabancı ziyaretçi sayısında yüzde 7,2 oranında artış var. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) Başkanı ve Detur seyahat acentesi kurucu ortağı Firuz Bağlıkaya, "Bu büyüme hızıyla devam edersek 2018 yılsonu hedefimiz olan 40 milyon yabancı ziyaretçi sayısını ve 32 milyar dolar turizm gelirini rahatlıkla aşacağız. Yılı her

Hazır giyim, 2014 yılında ihracatta yakaladığı 18,7 milyar dolarlık rakamı elde etmek için çalışıyor. Turizm ise 2015 yılında gelen 36 milyon 244 bin yabancı ziyaretçi sayısına henüz ulaşabilmiş değil. Aslında pek çok sektörde egale edilmek için uğraşılan bu tür rekor rakamlar var. Peki sektörler bu rakamların neresinde? Sektör yetkililerine göre turizm, otomotiv, kimyasal ürünler, hazır giyim, mobilya, süt ürünleri ve e-ticarette 2018 yılı sonunda bu rekorlar kırılacak. Yurtdışı müteahhitlik, inşaat malzemeleri, lojistik, kanatlı et, yumurta, kırmızı et gibi sektörlerde ise umutlar daha sonraya bırakılmış durumda...

• **ASLI SÖZBİLİR**
asozbilir@capital.com.tr

Sektörler hangi rekor parametreye ulaşmaya çalışıyor?

Sektör/Kalem	Zirve yılı - Rakam	2017	2018*
Eğitim *(öğrenci sayısı)*	2017 - 2018 1.128.330	1.128.330	Yükseliş bekliyor*
E-ticaret *(ciro, milyar TL)*	2017 42,2	42,2	50
Gayrimenkul *(satış adedi)*	2017 1.409.314	1.409.314	Yükseliş bekliyor*
Hazır Giyim *(ihracat, milyar $)*	2014 18,7	17	18,7
İnşaat Malzemeleri *(ihracat, milyar $)*	2013 22,2	17,3	16 - 17
Kanatlı eti *(ihracat, milyon $)*	2014 670	553	Yükseliş bekliyor**
Kırmızı et *(üretim, milyon ton)*	2016 1.173	1.126	1
Kimyasal Ürünler *(ihracat, milyar $)*	2014 17,8	16,1	18
Lojistik *(ciro, milyar $)*	2013 52	46	38
Mobilya *(ihracat, milyar $)*	2017 2,7	2,7	3
Otomotiv *(ihracat, milyar $)*	2017 29	29	30,5
Savunma ve Havacılık *(ihracat, milyon $)*	2017 1.740	1.740	Yükseliş bekliyor*
Süt Ürünleri *(üretim, milyon ton)*	2017 20,7	20,7	23
Turizm *(yabancı ziyaretçi, milyon kişi)*	2015 36,2	32,4	40
Yumurta *(ihracat, milyon $)*	2013 407	377	Yükseliş bekliyor**
Yurtdışı Müteahhitlik *(proje değeri, milyar $)*	2012 - 2015 25 - 30	15	20

** Zirve yaptığı yılı geçmeyi bekliyor. ** Zirve yaptığı yılı yakalamayı beklemiyor.*

anlamda rekor seviye ile tamamlamayı bekliyoruz" diyor.

3 YIL ARA

Hazır giyim sektörü, 80'li yıllardan itibaren gelişmesini ihracat odaklı olarak sürdürüyor. Son 10 yıllık süreçte sektörün ihracat büyüklüğü 2014'te 18,7 milyar dolar ile zirveye ulaştı. Sektör son 3 yılı ise 17 milyar dolar ihracatla 2014'ün gerisinde kapattı. Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (TGSD) Başkanı ve Denim Village Yönetim Kurulu Başkanı Hadi Karasu, buradaki gerilemenin nedenlerini şöyle açıklıyor: "2015 ve 2016 yıllarında dünya mal ticaretindeki daralma ve AB pazarlarımızdaki küçülme, 2017'de ise 15 Temmuz darbe girişimi ve 2016'daki terör olaylarının etkisiyle müşterilerde oluşan endişeler ihracatımızın büyümesini sınırlandırdı."

Karasu bu yıldan umutlu ve "Hazır giyim sektörü 2018 yılında üç yıl aradan sonra 18 milyar doların üzerinde bir ihracata ulaşacak. 2014'teki 18,7 milyar dolarlık zirveyi aşmamız da bizim için sürpriz olmayacak" diye konuşuyor.

Kendisine baz olarak ihracatı alan bir diğer sektör de Savunma ve Havacılık. Son 10 yılda ihracatını her yıl arttırma başarısını gösteren sektör zirveye ise 2017 yılında 1 milyar 740 milyon dolar ile ulaşmış. Sektörün ihracatı 2018 yılında da artmaya devam ediyor. 2018 yılı Ocak-Temmuz dönemini kapsayan 7 aylık dönemde ihracat 2017 yılının aynı dönemine göre yüzde 22 aratarak 1 milyar 105 milyon dolar oldu. Savunma ve Havacılık Sanayi İhracatçıları Birliği (SSI) ve Sarsılmaz Silah Sanayi Yönetim Kurulu Başkanı Latif Aral Aliş, "Şu andaki veriler 2018 sonunda ihracatımızın yeni bir zirve yapacağını gösteriyor" diyor.

HADİ KARASU

ADİL PELİSTER

GÖZLER 2018'DE

Dış ticarette önemli role sahip olan kimya sektörünün 10 yıllık ihracat rakamlarına bakıldığında 2014 yılında 17,8 milyar dolarla zirve yaptığı görülüyor. Aynı yıl miktarda da bir önceki yıla göre yüzde 9 artışla 15,3 milyar kg'lık ihracat gerçekleştirildi. 2014-2017 arasında ise sektörün ihracatı küresel ve ulusal ekonomik, siyasi gelişmelerden etkilenerek düşüşe geçti. İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Başkanı ve BETA Kimya Yönetim Kurulu Başkanı Adil Pelister buradaki kaybı şöyle açıklıyor: "Kur farkının ve hammadde fiyatlarının ihracata etkisinin yanı sıra sektörün bitmiş ürün grubunda düşük teknolojili

TERZİ İŞİ ÇÖZÜMLERİMİZ TAM SİZE GÖRE!

Filonuza özel ihtiyaç ve fırsatları yerinde **TESPİT** eder,
birlikte **KARAR** verir ve değer yaratan **ÇÖZÜMLER** sunarız.

Filonuza özel, çalışma verimliliğinizi artıracak fırsatları yerinde değerlendirebilmemiz için uzmanlarımızla iletişime geçin.

0 212 473 7737
castrolfilozof.com

Castrol
FİLOZOF
AKILCI FİLO YÖNETİM SİSTEMLERİ

"HER YIL DAHA İYİYE GİDİYORUZ"

NURULLAH DAL
TÜRKİYE ÖZEL OKULLAR DERNEĞİ (TÖZOK) BAŞKANI

ÇALKANTI YOK

Özel okullardaki gelişmeyi öğrenci sayısını baz alarak değerlendirmek bizi daha gerçekçi sonuçlara ulaştıracaktır. Bu bağlamda ülke genelinde son 10 yılda ekonomi alanında görülen gelişmeler özel okullara da yıllara göre kademeli olarak yansıdı. Dolayısıyla 10 yıl önce özel okulların genel eğitimimiz içindeki oranı yüzde 2-2,5 civarında iken, 2017-2018 öğretim yılında 1 milyon 128 bin 330 öğrenciyle yüzde 8,12 ye ulaştı.

KAMU DESTEĞİ

Sektörümüzdeki sayısal veriler her yıl, bir önceki yıla oranla artış gösteriyor. 2017-2018 öğretim yılında yüzde 8,12 olan oran, 2016-2017 öğretim yılında yüzde 7,41 idi. Bir önceki öğretim yılında bu oran daha düşüktü. Kısacası önceki yılların daha ilerisindeyiz. Devletimizin özel okul velilerine 2014-2015 öğretim yılından bu yana verdiği eğitim-öğretim desteği de sektörün gelişimini olumlu etkiledi.

ve yenilikçi ürün imalatının eksik kalması nedenler arasında. Petrol ve diğer emtia fiyatlarındaki düşüş, dünya ticaret hacminin daralması ve bölge ülkelerde yaşanan karışıklıkların ağırlıklı etkisi de eklenince ihracatımız olumsuz etkilendi ve azalarak, 2016 yılında 13,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti."

İhracatta atılım yılı olarak kabul edilen 2017'de tekrar yükselişe geçen kimya sektörü, 16,1 milyar dolarlık dış satım yaptı. 2018 yılı Ocak-Temmuz döneminde ise değer bazında 2017'nin aynı dönemine göre yüzde 9 artışla, 9 milyar 914 milyon dolara ulaştı. Sektör 2014'teki ihracat rekorunu bu yıl kırmayı planlıyor. Pelister, "2018 yılında 18 milyar doları aşarak son 10 yılın en yüksek cirosunu gerçekleştirmeyi hedefliyoruz" diyor.

ZİRVE UZAKTA

Türkiye, temel inşaat malzemeleri üretimi ve ihracatı açısından dünyada önemli bir yere sahip olsa da son 10 yılda ihracatı inişli çıkışlı bir seyir izledi. En tepe noktaya ise 2013 yılında 22,2 milyar dolara ulaştı. Ardından önce 2015'te 17,7 milyar dolara, sonra da 2016 yılında 16 milyar dolara kadar düştü. İhracattaki bu gerilemede bölgesel gelişmelerin yanı sıra hedef pazarlardaki jeopolitik sorunlar ve ekonomik durağanlıklar etkili oldu. Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği (İMSAD) Başkanı ve Kale Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Ferdi Erdoğan gerileme ve toparlanma dönemini şöyle anlatıyor: "En büyük pazarlarımızdan olan Irak ve Libya'da küçüldük. Suudi Arabistan gibi petrol geliri olan ülkelerde, petrol fiyatlarının düşmesiyle inşaat işleri yavaşladı. Uçak krizi sonrası, önemli bir pazar olan Rusya'da ciddi küçüldük. 2017'ye geldiğimizde ise ihracatımız bir önceki yıla göre yüzde 8 artarak tekrar 17,3 milyar dolara yükseldi."

Görünen o ki 2018 yılı inşaat malzemeleri sektörü için de iyi geçecek. Yılın ilk yarısında sektörün ihracatı geçen yılın ilk yarısına göre yüzde 17,8 artarak 9,93 milyar dolara ulaştı. Komşu pazarlarda göreceli iyileşme ile AB pazarı, ihracat artışına katkı sağlıyor. Irak, Rusya gibi pazarlarda tekrar işlerin normalleşmeye başlaması ve döviz kurlarındaki artış da ihracata destek veriyor. Ancak sektörün en büyük pazarı olan ABD ile son dönemde yaşanan gerilim ihracat rakamlarının zirve yılının yakınına yaklaşmasına müsaade etmiyor. Erdoğan, "ABD'nin son vergi uygulamasıyla çelik ve alüminyum sektörü çok etkilendi. İhracatımızın zirve yaptığı 2013'teki 22,2 milyar dolar rakamına yaklaşmışken, son dönemdeki kriz nedeniyle zirveye ulaşmamız biraz daha zaman alacak" diyor.

UMUTLU BEKLEYİŞ

Konut sektöründe ise tam tersi olumlu bir rüzgar gözlemleniyor. Sektörün gidişatını anlamak için son yılların satış rakamlarına bakıldığında yıllar içindeki büyük artış göze çarpıyor. 2008 yılından itibaren 400 binin üzerinde gerçekleşen konut satışları, 2013'e gelindiğinde 1 milyon 157 bin 190 adede ulaştı. 2017'de ise sektör 1 milyon 409 bin 314 adet konut satışı ile son 10 yılın rekorunu kırdı.

2018 yılının ilk 7 ayında 769 bin 910 adet konut satışı gerçekleşti. Gayrimenkul ve Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği (GYODER) Başkanı ve Halk GYO Genel Müdürü Doç. Dr. Feyzullah Yetgin, talepte dalgalanma görülse de bu rakamın yıl sonuna kadar, 2017 yılı satışlarını aşacağını düşünüyor. Nedenlerini şöyle aktarıyor: "2018 yılının ilk 7 ayında sektöre ivme kazandıracak önemli adımlar atıldı. Tapu harcı ve KDV oranının indirilmesiyle birlikte, kamu bankalarının konut kredi faizlerini düşürmesinin ardından, Türkiye'nin önde gelen gayrimenkul şirketlerinin üyesi olduğu GYODER, İNDER ve KONUTDER olarak güç birliğine giderek 15 Mayıs-30 Haziran tarihleri arasında geniş kapsamlı bir kampanya gerçekleştirdik. Tüm peşin ve konut kredili satışlarda yüzde 20 indirim ve yüzde 5 peşinat kampanyası, bankaların 0,98 faizle konut kredi-

ERP ÇÖZÜMLERİMİZ İLE
FİRMANIZI GELECEĞE TAŞIYIN.
ENDÜSTRİ
4.0
Hangi sektörde olursanız olun, çözümlerimiz ile sizi de başarıya taşıyoruz:
Advertising & Promotion // Automotive // Aviation & Defense // Building // Chemicals & Paint // Cooling & Heating //
Construction Materials // Education // Electronics // Energy // Food // Furniture & Wood Processing // Geology //
Glass Processing // Import & Export // Jewelry // Leather // Logistics // Machinery & Industrial Automation //
Medical // Metal // Mining // Packaging // Plastic // Retail // Service & Maintenance // Textile & Garment // Tourism
Detaylı Bilgi İçin:
www.caniaserp.com
/caniasERP
canias ERP

si desteği sağlamasıyla birlikte sektörde büyük bir ivme yarattı. Temmuz 2018'de ülke genelinde 123 bin 878 konut satışı gerçekleşti ve konut satışında geçen yılın aynı ayına göre yüzde 6,9 artış yaşandı. Bu rakamlar da bize, konut alıcılarının kampanya ve teşvikleri iyi değerlendirdiğini gösteriyor. Tüm gelişmelerle birlikte, 2018 sonunda konut satışlarında yeni bir rekor kırılacağına inanıyorum."

KADERİ KDV'YE BAĞLI

Konutla genelde paralel ilerleyen mobilya sektörü son 10 yıl içindeki en ciddi büyümeyi 2017 yılında gerçekleştirdi. Yıl içindeki KDV indirimi ve Kredi Garanti Fonu gibi teşviklerle sektör ciddi bir talep artışı yaşadı. Özellikle KDV oranının yüzde 18'den yüzde 8'e indirilmesiyle mobilya sektöründe ticaret yüzde 40 arttı. 2017 yılında mobilya ihracat rakamları yaklaşık 2,7 milyar dolar olarak kaydedildi. Ancak 8 ayın ardından KDV'nin tekrar yüzde 18 oranlarına yükseltilmesi ve sektörün düşük sezonunda arka arkaya uygulanan hammadde fiyatlarındaki zamlar, mobilya sektörünü adeta durma noktasına getirdi. 2018 yılının ilk yarısına baktığımızda sektörde yaklaşık yüzde 5,8 oranında küçülme meydana geldi. 2018 Ocak ayında büyüme hedefini yüzde 30 olarak belirleyen mobilya sektörü KDV oranlarının olumsuz etkisiyle beklentilerini 20 puan düşürdü.

Türkiye Mobilya Sanayicileri Derneği (MOSDER) Başkanı ve Yataş Grup CEO'su Nuri Öztaşkın, "Yakın dönemde KDV indiriminin yeniden gündeme gelmesini ümit ediyoruz. Böylelikle sektörde yaşanan durgunluğu telafi edecek bir hareketlilik meydana gelecektir" diyor. Yine de sektör ihracatta rekor kırdığı 2017 yılını aşarak, 2018'i 3 milyar dolar ihracatla kapatmayı öngörüyor. Bunu da son birkaç yıldır Nijerya, Hindistan, Çin, Rusya, Afrika ve Arap ülkeleri gibi alternatif pazarlara ağırlık vererek başarmayı planlıyor.

İKİ SEKTÖRDE DURUM FARKLI

Yeni nesil sektörlerden e-ticaret bügüne dek her yıl yüzde 30-35 büyüme gösterdi. Her yıl kendi rekorunu kıran sektör "son" zirvesini de geçtiğimiz yıl yaşadı. 2013 yılında sektörün hacmi 14 milyar TL'yken 2017'de bir önceki yıla göre yüzde 32 büyüme göstererek 42,2 milyar TL'ye ulaştı. Elektronik Ticaret İşletmecileri Derneği (ETİD) Başkanı ve Hepsiburada Ticari Grup Başkanı Emre Ekmekçi zirveye giden yolu şöyle özetliyor: "Son 2 yıl içinde omnichannel olarak adlandırdığımız çok kanallı iş modelinin yaygınlaşması önemli ölçüde büyümeye katkı sağladı. KOBİ'lerin pazaryeri modeliyle e-ticarete dâhil edilmesi de tüketiciye aradığı her ürünü fiyat karşılaştırması yaparak internette bulabilme olanağı sunarak tüketicinin alışveriş alışkanlıklarını değiştirdi. 2023 hedefleri kapsamında da e-ihracat için tüm süreçlerimizi optimize ediyoruz. Böylece asıl büyümenin 5 yıl içinde gerçekleşeceğini düşünüyoruz."

E-ticaretin göbekten bağlı olduğu lojistik sektörü ise zirveyi tekrar yakalamak konusunda biraz kötümser. Sektör son 10 yıla bakıldığında dolar bazında en iyi yılını 52 milyar dolar ciro ile 2013'te yaşadı. 2013'ün ardından ise 5 yıldır dolar bazında düşüş yaşıyor. 2017 yılında 46 milyar dolara gerileyen sektörün büyüklüğünün, 2018 sonunda da 38 milyar dolara düşmesi bekleniyor. Tedarik Zinciri Ve Lojistik Yönetim Danışmanı Atilla Yıldıztekin, 2018 ve 2019 yılı yarısına kadar lojistik sektörünün zor bir dönem geçireceğini söylüyor ve şöyle

"PROJE DEĞERLERİNDE TEKRAR ZİRVEYE YAKLAŞABİLİRİZ"

MİTHAT YENİGÜN
TÜRKİYE MÜTEAHHİTLER BİRLİĞİ (TMB) BAŞKANI

YÜKSELİŞ DÖNEMİ

Firmalarımızın yurt dışındaki performanslarının geçmiş yıllardaki seyri izlendiğinde, yeni projelerde en yüksek değere 2012-2015 döneminde yıllık 25-30 milyar dolar ile ulaşıldığı görülüyor. Ancak bölgedeki jeopolitik gelişmeler, petrol fiyatlarında gerileme ve Rusya ile yaşanan krizin etkisiyle bu rakam, 2016-2017 döneminde 14-15 milyar dolar bandına indi.

ENERJİ FAKTÖRÜ

Sektörün bu yılın ilk yarısında yurt dışında gösterdiği performans ise 9,2 milyar dolarlık yeni iş tutarıyla ümit verici. Belirgin düzeyde artış ivmesi kazanan enerji fiyatları, Suudi Arabistan, Cezayir, Türkmenistan gibi Türk müteahhitlik firmalarının referanslarının güçlü olduğu pazarlardaki yatırım ortamı ve finansman koşullarına olumlu yansıyabilecektir.

YENİ PAZARLAR

İlişkilerin normalleşmesiyle müteahhitlerimizin bu yılın ilk yarısı üstlendiği projelerden en büyük payı yaklaşık 3,1 milyar dolar ile Rusya aldı. Ayrıca potansiyel pazarlar olan Sahra-altı Afrika, Hindistan ve ASEAN bölgesindeki fırsatlar da göz önüne alındığında, 2018 yılında yurt dışında üstlenilen yeni proje bedelinin yeniden 20 milyar dolar bandına ulaşabileceği değerlendiriliyor.

Yıldız Entegre, köklü geleneğinin üzerine yepyeni bir gelecek inşa ediyor.
Yenilenen vizyonu, kurumsal değerleri, yeni logosu ve yepyeni ürün grupları ile
Türk Sanayiinin dinamolarından biri olma rolünü daha da öteye taşıyor.
Hem ülkemizde, hem de dünyada gidilecek çok hedef, elde edilecek çok başarı var.
Bu yolculukta üzerine düşeni yapmak için yenileniyor, güçleniyor...

www.yildizentegre.com | / yildizentegre

YILDIZENTEGRE

"REKORA ULAŞMAK ARTIK DAHA ZOR"

HAYDAR YENİGÜN

OTOMOTİV SANAYİİ DERNEĞİ (OSD) BAŞKANI VE FORD OTOSAN GENEL MÜDÜRÜ

ZİRVE YILI

Sanayimiz 2017 yılında yüzde 90'a yakın bir kapasite kullanımıyla gerçekleştirdiği 1 milyon 696 bin adetlik üretim, 1 milyon 333 bin adet ve 29 milyar dolarlık ihracatıyla ülkemiz ekonomisine sağladığı katkıyı en üst seviyeye taşıdı. İç pazar ise 2015 yılında 1 milyon 11 bin adet ile zirveye ulaşmış olup son 2 yılda gösterdiği göreceli daralma ile 2017 yılında 987 bin adet satışla 1 milyon adet sınırının altında kaldı.

İÇERİDE DARALMA

2018 yılı ilk yarısında bir önceki yıla göre üretim yüzde 3, ihracat adet bazında yüzde 4 gerileme kaydetti. Kur etkisi ve ihraç ettiğimiz araçların değerlerindeki artış nedeniyle dolar bazında ihracatımız ise yüzde 15 artış gösterdi. İç pazarda zirveye ulaştığımız 2015 yılıyla karşılaştırıldığında ise 2018 yılı ilk yarısında pazar yüzde 20 oranında daraldı. Ağustos ayındaki gelişmelerle durma noktasına gelen satışlar sonucu iç pazarda daralmanın yılın geri kalan kısmında artarak devam etmesi endişesi mevcut.

NEDENLERİ

2016 yılında yürürlüğe giren, fiyat matrahına bağlı yüksek ÖTV oranları otomobiller üzerinde çok yüksek seviyede olan vergi yükünü daha da artırdı, iç pazarda fiyatlarda artışa neden oldu. Ardından kurlardaki artış nedeniyle maliyet artışlarının kısmen fiyatlara yansımasıyla bu fiyat artışı etkisinin daha da kuvvetlenmesi otomobil alımlarında yavaşlamaya neden oldu. Dünya genelinde çetinleşen ticaret ortamının yanı sıra otomotiv ekosisteminin önemli bir değişim sürecinde olması yeni rekorlara ulaşılmasının artık daha zor olduğunu bizlere gösteriyor. Son dönemde yaşadığımız politik ve ekonomik gelişmeler ve bunların otomotiv pazarına olumsuz yansımaları yeni rekorlar için bir öngörüde bulunmamızı zorlaştırıyor.

devam ediyor: "Dolar kurunun çok artması ithalatı engelledi ve ithalat taşımaları azaldı, ihracat taşımaları bir süre arttı ancak ihracatın temelini teşkil eden hammadde ve yarı mamul ithalatı da azaldı. Ayrıca ekonomide büyümenin gerileyeceği beklentisi üretimi ve zorunlu tüketim dışındaki tüketimi olumsuz etkileyecek ve taşımalar azalacak."

KUŞ GRİBİ MAĞDURU

Gıda pazarında ise kendi rekorunu kırmaya talipli bir tek süt sektörü var. Çiğ süt üretimi geçen yıl 20,7 milyon tonla zirveyi gördü. Bu yıl da 23 milyon tonluk çiğ süt üretimiyle zirvenin aşılması öngörülüyor. Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri Ve Üreticileri Birliği (SETBİR) Yönetim Kurulu Başkanı Tarık Tezel, "İhracatta da aynı şekilde 2017 yılında 353,3 milyon dolar ile zirveyi gördük" diyor. Kırmızı et üretimi de 2016 yılında 1 milyon 173 bin ton ile zirveyi yakaladı. Sektör 2017'de 1 milyon 126 bin ton üretimle zirve yılına yaklaştı ancak 2018 sonu için yapılan 1 milyon tonluk üretim öngörüsü rekor konusunda umutları belirsiz bir bahara bıraktı. Tezel, ülkenin kırmızı et açığını kapatmak için çözüm önerilerini şöyle sıralıyor: "Toplam hayvan varlığı içinde etçi ve kombine ırkların varlığı artırılmalı. Besi damızlığı ithalatı, kalite ve verimlilik esaslı teşviklerle desteklenmeli. Meralar, besi hayvancılığı yapan ihtisas sahiplerine belli süreler dahilinde tahsis edilmeli veya kiralanmalı."

MÜJDAT SEZER

Yumurta ve kanatlı eti sektörü ise zirve kriteri olarak ihracatı baz alıyor. Yumurta pazarı ihracatta zirveyi 407 milyon dolarla 2013 yılında yaşadı. Sektörün ihracatı 2015 yılında yaşanan kuş gribi vakası nedeniyle 275 milyon dolara düşse de sonraki 2 yılda ciddi bir toparlanma yaşadı. 2017 yılında yüzde 23 oranında artarak 377 milyon dolar olan sektör ihracatı, 2018 yılının ilk 7 ayında 256 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti.

Kanatlı eti sektörü de 2014'te 670 milyon dolarla yakaladığı ihracat zirvesinden yine 2015'teki kuş gribi kriziyle geriye düştü. 2017'de ise sektör ihracatını yüzde 32 artırarak 553 milyon dolara ulaştı. 2018'in ilk 7 aylık döneminde gerçekleşen ihracatı da şimdiden 347 milyon dolara ulaştı. İstanbul Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği Başkanı Müjdat Sezer hem kanatlı eti hem de yumurta sektöründe 2018 sonunda ihracatın geçen yılın oldukça üzerine çıkmasını beklediklerini söylüyor Toparlanma sinyalleri böylece gelse de yine de her iki sektörde de zirvenin yakın vadede aşılması beklenmiyor. C

VEEAM

Intelligent Data Management

*fuels the **Fortune 500***

Learn more: www.veeam.com/tr

“Tahsilat Süreçlerini Güçlendiriyoruz”

Dünyanın lider bilgi hizmetleri şirketi Experian, Burgan Bank’ın tahsilat sistemi ve süreçlerini güçlendirmek üzere yeni bir proje geliştirdi. Bu projeyle dijitalleşme ve stratejik tahsilatın önemini artıran Experian, daha otomatize bir yapı, esnek, dinamik ve verimli bir tahsilat süreci sunuyor. Experian Türkiye Genel Müdürü Serter Baltacı, proje kapsamında öncelikli hedeflerinin, stratejik ve operasyonel otomasyon yoluyla tahsilat rakamlarını yükseltmek ve geri kazanımları artırmak olduğunu belirtiyor.

Uzun yıllardır, tahsilat yönetimi konusunda müşterilerine değer katmaya devam eden Experian, Burgan Bank’ın tahsilat sistemi ve süreçlerini güçlendirmek üzere geliştirdiği yeni projesiyle dijitalleşme ve stratejik tahsilatın önemini artırıyor. Diğer yandan da daha otomatize bir yapı, esnek, dinamik ve verimli bir tahsilat süreci sunuyor.

Experian Türkiye Genel Müdürü Serter Baltacı, projeyle öncelikli hedeflerinin, stratejik ve operasyonel otomasyon yoluyla tahsilat rakamlarını yükseltmek ve geri kazanımları artırmak olduğunu açıklıyor.

Experian Türkiye Genel Müdürü Serter Baltacı, yeni projelerini ve Türkiye planlarını bizimle paylaştı.

Burgan Bank ile nasıl bir proje gerçekleştirdiniz?
Burgan Bank bu projeyle müşteri odaklı tahsilat yönetim uygulamalarını hayata geçirmeyi ve dijitalleşme alanında yerini sağlamlaştırmayı amaçlıyor. 2014’ten bu yana Burgan Bank ile proje çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bugüne kadar çeşitli çözümlerimizle, altı projeyi birlikte yürütme fırsatı yakaladık. Burgan Bank’ın dijitalleşme sürecinde güvenilir bir iş ortağı olarak, başarılı bir şekilde hayata geçirdiğimiz projeyle stratejik ve operasyonel otomasyon yoluyla tahsilat rakamlarını yükseltirken müşteri deneyimini geliştirmek, operasyonel maliyeti azaltmak ve daha etkin stratejiler tasarlayabilmeyi hedefledik.

Bu projeyle tahsilat süreçlerinde görülen iyileştirmeler neler?
Son gerçekleştirdiğimiz Power Curve Collections (PCC) ürün ailesinin Burgan Bank sistemlerine entegre edildiği projemizde, proje planlaması her iki kurum proje yöneticileri tarafından uyum içinde hazırlandı. Proje özelinde paydaşların projeye verimli bir şekilde dahil edilmesiyle Burgan Bank’ın ürünü zamanında kullanması ve fayda elde etmesi sağlandı. Burgan Bank’ın aynı zamanda zorlaşan piyasa koşularında dinamik ve aktif tahsilat stratejileri geliştirebilmesi, gecikmeye giren müşterilerin gecikmelerinin iyileştirilmesini sağlaması, tahsilat aksiyonlarını en doğru kanala yönlendirmesi ve operasyonel risklerden korunmasını amaçlıyoruz. Teknolojinin çeşitli endüstrilerdeki etkisiyle mevcut süreçlerde verimlilik gereksinimi her geçen gün önem kazandı. Bu doğrultuda kredi sunan kuruluşların tahsilat verimliliğini artırması ve ödeme zorluğu yaşayan kredileri geri kazanmak için yenilikler sunması kritik hale geldi. Teknolojinin gücünden yararlanarak kredi veren kurumların, gecikmeli müşterileriyle daha iyi anlaşmalar yapmasına ve zorluk çekmeden kredilerin geri ödenmesine yardımcı olmak en önemli amaçlarımız arasında yer alıyor.

Projeyle önümüzdeki dönem hedefleriniz neler?
Makine öğrenmesi (Machine Learning) ve veri odaklı tahmin analiziyle entegre çalışan modern tahsilat projelerini, geleneksel tahsilat yaklaşımlarıyla karşılaştırdığımızda gelişme beklediğimiz alanlar oldukça kapsamlı. Bunlar, iş dağılımını optimize ederek daha hızlı işlem süresi sağlamak, süreçlerdeki kısıtları anlık olarak belirlemek, otomatik segmentasyon ve tahsilat aksiyonlarının yönlendirilmesiyle daha iyi kurtarma oranına ulaşmak, müşteriler hakkında daha fazla bilgi toplamak ve kredi tahsilatı için en etkin aksiyonları belirlemek olarak özetlenebilir.

Bankacılıkta en çok gözlemlediğiniz tahsilat sorunları neler ve bu alanda ne yapıyorsunuz?
Experian olarak sektörde en çok karşılaştığımız tahsilat sorunları arasında analitik yaklaşımlı dinamik segmentasyon eksikliği geliyor. Biz bu anlamda, süreç optimizasyonu, etkin kaynak kullanımı ve giderlerin

belirlenmesi konusunda destek sunuyoruz. Ayrıca alternatif çözüm önerileri içinden müşterinin kendi ödeme planının oluşturulması gibi 'self service' olarak adlandırdığımız hizmetlerimizle de çözümler sağlıyoruz.

2019 yılı için Türkiye'de ne gibi hedefleriniz bulunuyor?

Experian büyümeyi hedefleyen bir şirket. Son 10 yıldır Türkiye'de istikrarlı şekilde büyümemizi sürdürüyoruz. Müşterilerimizin anlık kredi riski kararları almaları, regülasyonlara uyum sağlamaları ve dolandırıcılığı önlemeleri konusunda değer yaratan iş çözümleri sunmaya devam edeceğiz. Experian Türkiye'nin başarısının en temel nedeni, yerel olarak güçlü bir kadroya sahip olması ve bu amaçla insan kaynağına sürekli yatırım yapması. Bu anlamda son günlerde oldukça önemli atamalar gerçekleştirdik. Önümüzdeki dönemde hem yerel kaynaklarımızı güçlendirmeye hem Türkiye pazarına özel olarak ayrılmış uluslararası kaynaklarımızı artırmaya devam edeceğiz. Experian'da, hem kendimizin hem de müşterilerimizin büyümesine yardımcı olmak için fırsatlar yaratmak ve iş yapış şeklimizi geliştirmemiz herkesin sorumluluğunda olan ortak bir değer. Türkiye'ye özel inovatif çözümler üretmeye ve farklı pazarlardaki en iyi uygulamaları da yerelleştirmeye devam edeceğiz. Önümüzde uzun bir yol var, fakat biz potansiyelimizi daha yeni ortaya çıkarmaya başladık.

"SORUNLU TAHSİLAT YÜZDE 15 İYİLEŞİYOR"

Londra'da birkaç terzinin şüpheli alacaklarının bilgilerini paylaşmasıyla temelleri atılan Experian, uzun yıllardır tahsilat yönetiminde müşterilerine değer katıyor. Experian, gecikmeye düşen her müşteri için dinamik ve özel tahsilat stratejileri geliştirmek amacıyla tahsilat süreçlerinin ve faaliyetlerinin merkezine akıllı müşteri segmentasyonunu yerleştiriyor. Kurumlar, örneğin geç ödemeyi alışkanlık haline getiren müşterilerin kendilerinin ödemeleri için bekleyerek, ellerindeki kaynakları yüksek riskli ve yüksek değerli müşterilere ayırabilir, böylece gecikmedeki müşterilerini önceliklendirebilirler. Biz Analitik Çözümler, Stratejik Danışmanlık, Portföy Yönetimi Paketi, Strateji Optimizasyonu, PowerCurveTM Customer Management (Stratejik Tahsilat) ve PowerCurveTM Collections (Operasyonel Tahsilat) alanlarında çözümler geliştiriyoruz.

NET SONUÇLAR

Çözüm ve hizmetlerimiz sayesinde kurumlar, gelecekteki kârlılıkları için müşteri kaybını azaltmak ve gelir akışını sürdürmek amacıyla sorunlu kredileri en aza indirebiliyor ve müşterileri hızla ödeme güçlüğünden kurtarabiliyor. Tahsilat ürünlerimizi uygulamaya koyan müşterilerimiz, gecikmeli kredilerden kurtarma oranını yüzde 24'e kadar ve sorunlu kredi tahsilatlarını yüzde 15 oranında iyileştirdiler. Verimliliği yüzde 70'in üzerinde bir oranda ve gecikmeli kredilerde iyileşme oranını da yüzde 24'e kadar artırdılar. Personel giderlerini de yüzde 31 oranında azalttılar. Gecikme dönem geçişlerinde yüzde 60'tan fazla iyileşme kaydettiler. Karşılıklar için yüzde 20'den fazla oranda azalma sağladılar.

Advertorial

TOPÇUOĞLU'NUN

DÖNÜŞÜM AJANDASI

HANDE YAVUZ ÇALIK ● hyavuz@capital.com.tr

FOTOĞRAFLAR: **HÜSEYİN S. ÖNGEN**

CEM TOPÇUOĞLU, son 3,5 yılda TBWA\Istanbul ve sorumlu olduğu farklı ülkelerdeki başarılarıyla dikkat çekince terfi aldı ve etki alanı genişledi. Topçuoğlu, ajansın uluslararası bölge başkanlığına atandı ve 80 ülkenin sorumluluğunu üstlendi. Bugüne dek müşteriyle yakın temasta, teknolojiyi ve veriyi daha yoğun kullanan, insan kaynağında çeşitliliği esas alan bir yapılanma kurarak başarıya ulaşan Topçuoğlu, şimdi ajansın birçok ülkedeki operasyonunu bu modelle dönüştürme peşinde.

TBWA GRUP TÜRKİYE'DEKİ CEO'LUK görevini geçtiğimiz ay devreden Cem Topçuoğlu, TBWA\Worldwide'da ajansın global operasyonlarında daha aktif rol alacağı yeni bir pozisyona atandı. EMEA bölgesinden sorumlu olacak olan Topçuoğlu, 80 ülkenin operasyonlarını bölgeden sorumlu uluslararası başkan olarak yönetecek.

Çok değil 3-4 yıl önce TBWA\Istanbul'da başlattığı dönüşümü sorumlu olduğu diğer ülkelerde de gerçekleştireceğini belirten Topçuoğlu, veriyi en iyi şekilde okuyabilecek, yaratıcı iş, medya stratejisi ve planlaması ile müşterilerin satış ya da mağaza trafiklerinin anlık durumunu ölçümleyecek dinamik bir sistemi hayata geçireceğini ifade ediyor.

Reklam sektöründe son dönemdeki dönüşümle daha teknolojik, rakamların konuşulduğu bir yere gidildiğini ifade eden Topçuoğlu, artık verinin etkin kullanıldığı bir pazarda rekabetin de farklılaştığını dile getiriyor ve ekliyor: "Biz başka reklam ajanslarıyla rekabet etmenin yanı sıra teknoloji şirketleriyle de rekabet ediyoruz. Google Analytics'de verileri analiz etme şansı olduğu için anında bilgi alınabiliyor. Bizim de öyle çalışmamız lazım. İkincisi danışmanlık şirketleri bu işin içine çok girdi. Dünyada Accenture, PwC gibi danışmanlık ağlarıyla mücadele ediyoruz."

Topçuoğlu ile yeni görevini, ajandasını ve sektörde yaşanan kritik dönüşümü konuştuk:

● Bu ay itibarıyla görev tanımınız değişti. Yeni görevinizden bahseder misiniz?

■ Uluslararası başkan unvanını aldım ve Türkiye TBWA\Grup CEO'luk görevini ajansın genel müdürü Burcu Kayımtu'ya devrettim. Ama yönetim kurulu başkanlığı görevine devam edeceğim. Bundan önce Orta Doğu, Afrika, Rusya ve Doğu Avrupa'dan sorumluydum, şimdi sorumluluk alanıma Batı Avrupa'da 10 ülke daha katıldı. Batı Avrupa'da Almanya, Fransa ve İngiltere hariç diğer ülkeler benim sorumluluğumda. Bu 3 ülke, büyük olduğu için CEO'ya direkt rapor veriyorlar. Benim sorumluluğumdaki ülke sayısı 80'e ulaştı. Çalışan sayısı ise 3 bini geçiyor. Bunların hepsi tabii aktif değil. Hepsinde de ya kendi ofisimiz ya da ortaklıklarımız var.

● Yönetimi buradan mı gerçekleştiriyorsunuz?

■ Yönetim İstanbul'da. İstanbul-New York arası gidip geliyorum. Bölgesel olarak bakarsanız, Afrika bölgesinde

merkezimiz Güney Afrika'da. Güney Afrika en büyük ofisimiz. Orta Doğu ve Kuzey Afrika'da da bir arkadaşımız o bölgeye bakıyor. Hepsi lokal kişiler. Orta ve Doğu Avrupa ve Rusya'da Kafkaslar'a da bakan bir arkadaşımız var. Batı Avrupa'ya direkt bakacağım. Orası biraz daha büyük bir pazar. Büyümeye de daha açık... Türkiye zaten içinde olduğum bir yapı olduğu için buradaki arkadaşlar yönetiyor ama buraya daha hakimim. Böyle bir yapı var.

● Yeni görevinizdeki hedeflerinizden bahseder misiniz?

■ Müşterilerin beklentileri, tüketicinin davranış ve alışkanlıkları değişiyor. Teknoloji hızla gelişiyor. TBWA\Global olarak 3-4 yıl önce yeniden yapılanma programı başlattık. Özellikle veri, dijital, performans pazarlaması, dinamik yaratıcılık konularına hakim, teknoloji, medya, finans, sosyoloji geçmişi olan arkadaşları istihdam ettik ve ajans çalışma sistemini yeniden yarattık. Artık dünyadaki olayları günlük, saatlik takip eden, trendleri izleyerek hatta trendler oluşmadan onları yakalayacak proaktif ve dinamik bir global sistem oluşturduk. Veriyi en iyi şekilde okuyabileceğimiz sistemlere yatırım yaptık. Artık yaratıcıların önüne müşteri alışkanlık ve davranışlarını en doğru ve hızlı şekilde içgörüler şeklinde verebiliyoruz. Ya da bir kampanyanın en verimli şekilde devam etmesini sağlayacak verileri toplayıp kampanyaya dakikalık, günlük bazda müdahale edebiliyor, gerekli optimizasyonu sağlayabiliyoruz. Yani yaratıcı iş, medya strateji ve planlaması, müşterilerimizin satış ya da mağaza trafiklerinin anlık durumu, performans ölçümü ve daha fazlası dinamik takip ve optimizasyonla sağlanabiliyor.

● Bu yönetimi nasıl gerçekleştiriyorsunuz?

■ Bölge içinde farklı konularda uzman ajanslar ve kişiler var. Son 3 yılda tüm bölge CEO'ları ve ilgili yöneticiler birbirleriyle yakın temasta. TBWA\Istanbul'daki ajans kültürünün bir başka şeklini bölgede uyguladık. İsviçre'den Güney Afrika'ya, Katar'dan Rusya'ya uzanan ve çok farklı kültür ve alışkanlıkları olan bu ülkeler birbiriyle sürekli irtibat halinde. Adeta büyük bir ajans gibi çalışıyoruz. Herkes birbirine yardımcı olmaya çalışıyor.

Şimdi bu büyük yapının içine Batı Avrupa'yı da katacağız. Onların bu bölgeden, bizim de onlardan öğrenecek çok şeyimiz var. İnsan kaynağımızı en iyi şekilde kullanmaya çalışıyoruz. Bölge içinde zaman zaman bazı ülkelerden diğerine transferler yapabiliyoruz. Örneğin, Rusya'nın CFO'su artık

"DAHA İYİ İŞLER YAPILACAK BİR DÖNEM GELİYOR"

"İYİ BİR YILDI"

2018, özellikle bölge olarak çok iyi bir yıldı. 2016 ve 2017'de çok değişiklikler yaptık hem çalışanlar hem çalışma sistemleri konusunda. Konkur yüzdemiz çok iyiydi. İyi müşteriler de edindik ve büyüdük. Hem Orta Doğu'da hem Güney Afrika'da en iyi ajans ve yılın ajansı olarak seçildik. Orta Doğu'da ilk defa böyle bir pozisyonda oluyoruz.

YENİ SİSTEM

2019'da yeni sistemlerin oturduğu, alınan yeni müşterilerin işlerinin çok daha iyi yapılacağı bir dönem geliyor. Batı Avrupa'da işler biraz daha pozitif. Bu hem rahatlığım hem de sıkıntım. Batı Avrupa'da temel birkaç pazara odaklanıp oraları biraz büyütmeye çalışacağız.

TBWA\Istanbul'dan da sorumlu olacak. İlkay Gürpınar, gerektiğinde bazı ülkelere konkurlarda yaratıcı destek veriyor. Toygun Yılmazer de ülkelerin distruption (yıkıcı) workshop'larını yönetecek. Her şeyi kendi içimizde çözemeyeceğimizi biliyoruz. Farklı sektörlerden şirket ve kuruluşlarla stratejik ortaklıklar yapıyoruz.

● Son 3,5 yıldır TBWA\Global'de CEE, Orta Doğu ve Afrika bölgesinden sorumlu başkan olarak görev aldınız. Sizin başkanlığınızda bölgede neler değişti?

■ Son 3 yılda en başından itibaren doğru seçilmiş liderle yönetime odaklandım. Gururla söyleyebilirim ki özellikle Türkiye, Orta Doğu ve Afrika'da ajanslarımız yılın ajansları oldu. Ayrıca katıldıkları tüm bölgesel yarışmalarda en çok ödül kazanan ajans olarak seçildiler. Örneğin Orta Doğu ajansımız Cannes'da TBWA\Global'de Los Angeles ajansımızdan sonra en çok ödül alan ajans oldu. Ayrıca bu yıl Nissan "She Drives" kampanyası ile Grand EFFIE'yi aldı. İsviçre, ki yıllardır çok sönük bir ülke ve ajans yapısına sahipti, ilk defa Cannes'da dünya çapında McDonald's Big Mac 50. Yıl kampanyasıyla ödüller kazandı ve İsviçre'nin ilk 3 yaratıcı ajansı içine girdi. Ajans kârlılığı bu yıl yüzde 100'e varacak şekilde artacak. Rusya'da veri ve dijital konusunda en başarılı ajans konumuna geldik. Kısaca, TBWA\Istanbul'un geçmiş yıllardaki başarılarını ve yönetim biçimini klonladığımda bölgedeki etkisini çok net görebildim.

● Reklam pastası neden büyüyemiyor?

■ Son 3 yıldır Türkiye'den biraz daha uzağım. Türkiye pazarını çok yakından takip

"SEKTÖRE DAMGA VURAN AJANS OLDUK"

AJANS KÜLTÜRÜ

25 yıllık hikayemizin özellikle son 15 yılında Türk reklam dünyasına damga vuran bir ajans olduk. TBWA\Istanbul'un en önemli sermayesi kendine has olan ajans kültürü. Türkiye'de özellikle son 10 yıldır en iyi müşterilerle çalışılması, en iyi insan kaynağına sahip olunması ve ödül konusundaki tartışılmaz üstünlük bu çok özel ajans kültüründe yatıyor.

ÖZEL EKİP

Bu kültürü yaratan ve bu ajansın içinden yetişmiş çok özel bir ekip var. Türkiye'de ve son dönemlerde yurt dışındaki başarılarıyla yaratıcılık çıtasını inanılmaz bir enerjiyle sürekli yukarı taşıyan İlkay Gürpınar, son 18 yıldır ajansın stratejik planlama konusundaki beyni ve yurt dışında bana en büyük yardımı veren Toygun Yılmazer, yaratıcı direktörlerimizden Volkan Karakaş ve Arkın Kahyaoğlu, marka ekiplerimizden Tuğyan Çelik, Ela Bilgisel, Gül Durak, Serap Emci ve ismini sayamadığım TBWA ailesinin üyesi olan pek çok arkadaşım...

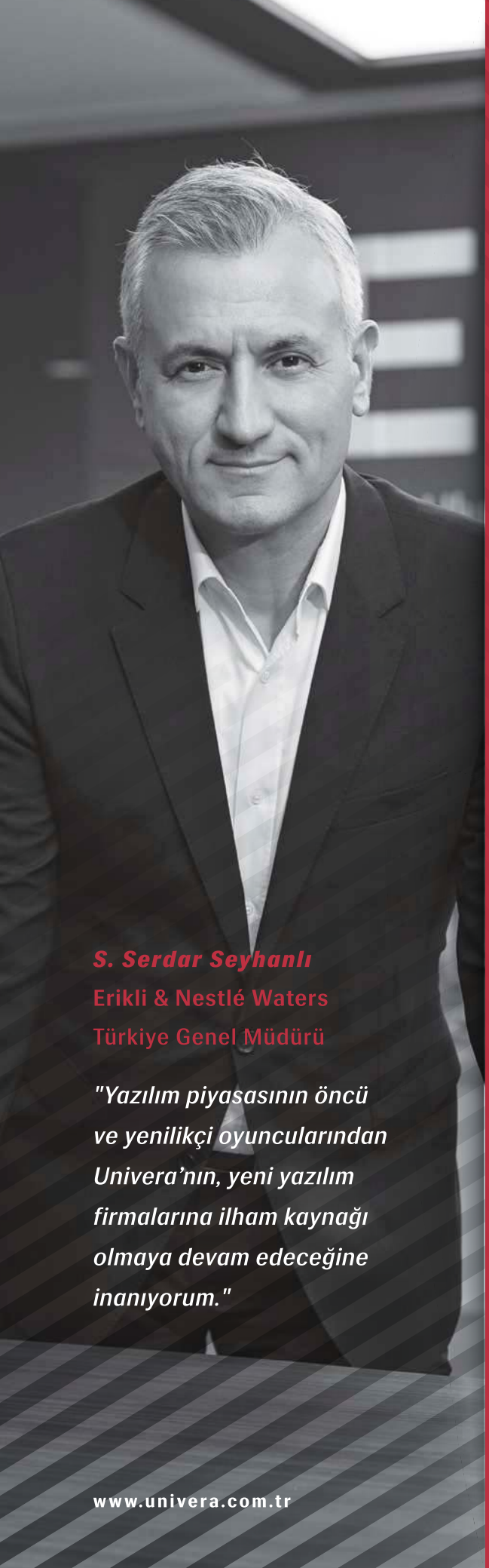
etmiyorum ama Türkiye'deki büyümemenin çok farklı nedenleri var.

Bir tanesi, medyanın bugünkü durumu ve konumu. Çok yayılmış belki konsolide olmaya ihtiyacı olan bir medya var. Medya fiyatları Türkiye'de bir türlü yukarıya çekilemedi ve bu saatten sonra çekilmesi de çok zor. Çünkü çok parçalı bir yapı var. Dolar bazında zaten büyüyemiyoruz. Bu tüm dünyada böyle, sadece Türkiye'ye özgü bir şey değil. İşin dijital kısmı çok daha hızlı. Ölçülebilir medya kısmı geriye dönüşünü çok hızlı gördüğünüz taraf, çok daha hızlı büyüyor.

● Bu ortamda siz TBWA'de iş yapış şeklinizi nasıl değiştirdiniz?

■ Bizde artık tüketiciyi saniyelik, günlük takip edebilen data sistemleri var. Dünyada Omnicom şirketine bağlıyız. Dolayısıyla Omnicom datayı okuyabilme ve bizim işimize olan entegrasyonuyla ilgili ciddi yatırımlar yaptı. Bu arada biz yavaş yavaş medyanın stratejisini ve planlamasını ajansların içine alabileceğimiz bir yapıya da gidiyoruz.

Tüm bunlar hedef kitlemizin sabah



S. Serdar Seyhanlı
Erikli & Nestlé Waters
Türkiye Genel Müdürü

"Yazılım piyasasının öncü ve yenilikçi oyuncularından Univera'nın, yeni yazılım firmalarına ilham kaynağı olmaya devam edeceğine inanıyorum."

www.univera.com.tr

Liderlerin Tercihi Univera

Ambalajlı su kategorisi lideri Erikli & Nestlé Waters Türkiye olarak, müşteri memnuniyeti ve kaliteyi sağlamak için daima mükemmellik hedefiyle çalışıyoruz. Satış kanallarımızda kullandığımız en üst seviyedeki teknolojileri ve iş birliklerimizi de bu bakış açısıyla gerçekleştiriyoruz.

Bu kapsamda, geleneksel kanaldaki işimizin büyük kısmını yapan distribütörlerimizde mobil saha satış uygulamalarında hızlı ve esnek çözümler üreten Panorama'yı kullanıyoruz. Bu uygulama sayesinde, distribütörlerimizin kampanya, ticari aktivite ve stok yönetimini tek bir platform üzerinden gerçekleştirebiliyoruz.

Sistemden topladığımız veriler, verimlilik ve hızlı karar verebilme anlamında şirketimize önemli katkılar sağlıyor. Bu verimliliği tüm kanallarımızda sürdürmek için doğrudan dağıtım operasyonlarımızda da Panorama'ya geçişi sağlıyoruz.

Saha çözümlerinde bize destek vererek gücümüze güç katan Univera'nın yüzde yüz Türk girişimi olmasının çok değerli olduğunu düşünüyorum.

Sanayi ve üretim alanında değişen ihtiyaçlarla birlikte, ülkemizin yazılım alanında profesyonel firmalara duyduğu ihtiyaç artmaktadır. Yazılım piyasasının öncü ve yenilikçi oyuncularından Univera'nın, yeni yazılım firmalarına ilham kaynağı olmaya devam edeceğine inanıyorum.

Nestlé Waters | Erikli

univera
Kurumsal Teknoloji Çözümleri

kalkıp akşam yatana kadar ki tüm yaptığı hareketleri izleyebilme yeteneği veriyor. Müşteriyi yakalayabileceğimiz medya ve kreatif stratejilerini deneyebiliyoruz. Daha teknolojik, matematiğin ve rakamların konuştuğu bir reklamcılığa doğru gidiyoruz.

● Rekabet ortamı ajanslar için son dönemde nasıl değişti?

■ Biz başka reklam ajanslarıyla rekabet etmenin yanı sıra teknoloji şirketleriyle de rekabet ediyoruz. Google'da, Facebook'ta bu anlattığım sistemler zaten böyle çalışıyor. Bizim sektörün de öyle çalışıyor olması gerekiyor.

İkincisi danışmanlık şirketleri bu işin içine çok girdi. Dünyada Accenture'lar PwC'larla mücadele ediyoruz. Bizim sektörümüzden insan kaynağı alıyorlar. Rekabet ortamı çok değişti.

● Bu yeni ortamda ihtiyaç duyduğunuz insana kaynağına nasıl ulaşıyorsunuz?

■ Birkaç yıl önce T-Shape diye bir yetenek stratejisi geliştirdik. Mümkün olduğu kadar bir şeyden çok iyi anlayan ama başka birçok konuyu da bilen insanlardan söz ediyorum… Örneğin art direktördür ama fotoğraf çekmesini de bilir, teknolojiye özel ilgisi vardır, uygulama geliştiricisidir gibi daha T şeklindeki insanları işe almaya çalışıyoruz.

● TBWA\Istanbul'u tüm bu teknoloji gelişmelerinden sonra nasıl değerlendiriyorsunuz?

■ TBWA\Istanbul, Türkiye'nin çok önünde. 25 yıl oldu. Son 15-20 yılda hep önde gitti. Bundan 3-4 yıl önce TBWA\Istanbul o dijital furyasını yakalayamamıştı. Dijital data konusunda gerideydi. Ancak iyi oldu çünkü şirket almadan da bu işi yapabileceği ispatlanmış oldu. Burada müşterileri bizim yönetiyor olmamız lazım. Burada hala klasik şekilde müşteri yapısı var. Bunu kendi içinde çözemeyen müşterilerle çalışmak zor. Buradaki arkadaşların büyütmeye çalıştıkları konu müşterileri o tarafa doğru itmek. Artık nerdeyse herşey sosyal medyada yapılıyor. Türkiye'de müşteriler kendi içinde çözmeye başlayacaklar sosyal medya iletişimini. Bazı şeyler teknolojinin yardımıyla hızlı ve pratik hale gelecek. Türkiye'de bu işi iyi yapabilecek birkaç yerden biri TBWA\Istanbul. Medya stratejisi, medya danışmalığı, data ve datadan yeni şeyler üretme konusunda TBWA\Istanbul biraz daha önde. C

"TÜRKİYE'DE MÜŞTERİYLE NET BİR İLİŞKİ YOK"

PROBLEM

Burada müşterilerin ajansları kendileriyle aynı kefeye ve seviyeye koymama problemi var. Burası, markaların gelecek hikayelerinin yazıldığı bir sektör. Türkiye'de müşteriyle birlikte çalışamıyoruz. Yurt dışında ise marka yöneticilerinin ajanstan beklentileri çok fazla.

SAĞLAM DURUŞ

Yurt dışında markalar "Bana yol göster. Ben nasıl büyüyeceğim, onu anlat" diyorlar. Biz de müşteriler, "Ben sana iş vereyim" tavrında. Bu durum düzeltilirse sektörü daha iyi duruma gelecektir. Türkiye'de çoğu müşteri satışları, büyümeyi de paylaşmıyor. Çok net bir ilişki yok.

YERLİ YABANCI ÇOK SAYIDA MESLEKTAŞIMIZ ST ENDÜSTRİ ZİRVELERİ'NİN BAŞARISININ SIRRINI SORUYOR

Hep aynı yanıtı veriyoruz;
ST Endüstri Zirveleri için
biz senede birkaç ay değil,
yıl 12 ay çalışıyoruz.

ENDÜSTRİ MEDYA
radyo tv dergi zirve dijital pr

Robot Yatırımları
Zirvesi ve Sergisi

2018: 6.441 ziyaretçi
2017: 3.870 ziyaretçi
2016: 3.082 ziyaretçi
2015: 1.306 ziyaretçi

Endüstri 4.0 UYGULAMALARI
Zirvesi ve Sergisi

2018: 6.441 ziyaretçi

PROSES
ZİRVESİ ve SERGİSİ

2018: 1.934 ziyaretçi
2017: 1.708 ziyaretçi
2016: 1.664 ziyaretçi

Enerjisini Üreten Fabrikalar
Zirvesi ve Sergisi

2019: ...

0212 220 96 88

STendüstri Medya.com

YENİ İŞ DOPİNGİ

Son 5 yılda Türkiye'de pek çok grup, riski dağıtmak ve yeni alanlardaki büyüme fırsatlarını yakalamak için yeni sektöre, işe ya da kategoriye giriş yaptı. Örneğin Kipaş Holding son 5 yıl içinde girdiği kağıt işinde Avrupa'da liderlerden biri haline geldi. Grup cirosuna bu işin katkısı yüzde 25'lere ulaştı. Doğan Holding'in akaryakıt, otomotiv, enerji ve girişim sermayesi gibi yeni işlerinin 2017 cirosuna katkısı yüzde 65 oldu. Fiba, Nurol, Yaşar ve Kale Endüstri Holding gibi dev gruplar da yeni işlerle büyümelerine ivme kazandırdı. En önemlisi bu hamleleriyle rekabette bir adım öne çıktılar.

ÖZLEM AYDIN AYVACI
oaydin@capital.com.tr

"Her iş her zaman çok iyi gidemez. Doğalgaz santrallerinde elektrik fiyatlarının çok düşmüş olmasından dolayı istediğimiz kârlılığı elde edemiyorduk. Bu nedenle sektörel çeşitlendirmeye gittik. Son 10 yıldır ortaya koyduğumuz bu stratejiyle 2017'de jeotermale girdik. Bir havuz sistemi yarattık. Şimdiye kadar da bu stratejide başarılı olduk."

Turcas, Türkiye'nin en büyük gruplarından biri. Turcas Holding CEO'su ve Yönetim Kurulu Başkan Vekili Batu Aksoy, bu sözlerle son 10 yıldır çeşitlendir-

me stratejisiyle hareket ettiklerini söylüyor ve yeni girdikleri daha kârlı olan Turcas Kuyucak Jeotermal santralinden beklentilerini şöyle paylaşıyor.

"Bu santrali 2017'nin son çeyreğinde işletmeye aldık. Jeotermal kaynak bulduğunuz zaman yerin dibinden sürekli geliyor. Bu işe odaklanmamızın ana nedeni sürekli stabil bir üretim yapabiliyorsunuz. Bu da kârlılığınıza olumlu yansıyor. Bu 18 MW büyüklüğünde bir santral. 2018 sonunda 50 milyon TL ciro bekliyoruz."

Türkiye'de son 5 yılda yaşanan ekonomik konjonktür odaklanma stratejisiyle hareket eden iş dünyasının bir kısmını yeniden çeşitlendirme stratejisine yöneltti. "Her iş her zaman çok iyi gidemez" diye düşünen ya da farklı alanlarda da büyüme fırsatları gören liderler yeni işlerle büyümeyi hedefliyor.

KİPAŞ'IN İKİ YENİ SEKTÖRÜ

Kipaş Holding, Türkiye'nin en büyük gruplarından biri. Tekstille başlayan hikayesinde bugün çimento, kağıt, plastik, enerji, eğitim gibi çeşitli sektörlerde devam ediyor. Bu hikayede grubun son 5 yılda girdiği yeni işlerde yarattığı başarı oldukça büyük. Grup son 5 yılda kağıt sektörüne ve enerjide jeotermale girdi. Bugün kağıt sektörünün grubun 2017 cirosundan aldığı pay, yüzde 20-25 aralığına enerjinin aldığı paysa yüzde 15'e ulaştı.

Kipaş Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hanefi Öksüz, Kipaş Kağıt'ın İSO500'e 186'ncı sıradan girdiğini hatırlatıyor ve kağıttaki planı şöyle anlatıyor:

"Söke'ye 500 milyon dolar yatırımla Avrupa'nın en büyük kağıt tesisini kuruyoruz. Bu stratejik yatırıma 8 ay önce başladık. Türkiye'nin ithal ettiği kağıtları orada üreteceğiz. Bu tesisi 2020'nin başında tamamlamayı planlıyoruz. Kahramanmaraş'taki kağıt fabrikamızın kapasitesini bu yeni tesisle 3'e katlıyoruz. Yatırım tamamlanınca Avrupa'daki liderlerle hemen hemen aynı kapasitede olacağız. Üç yıl önce girdiğimiz kağıtta bugün Avrupa'daki liderlerden biri konumuna geldik. 2018'de kağıttaki ciromuz 1 milyar TL civarı olur. 2020'de yeni tesisin devreye girmesiyle kağıttaki toplam ciro 4,5 milyar TL'ye ulaşabilir. Jeotermalde ise yaklaşık 100 MW'a toplam enerjide 200 MW'a ulaştık. Jeotermalde büyümeye devam edeceğiz."

IC'NİN HIZLI BÜYÜMESİNİN NEDENİ

Son 5 yılda yeni işlere giren gruplardan biri de IC Holding. Grup, enerji sektöründe termik santral, turizm sektöründe şehir otelciliği ve konferans merkezi, alt yapı sektöründe otoyol işletmeciliği ve gayrimenkulde konut geliştirme işlerine son 5 yılda girdi.

IC Holding önce 2014 yılı içinde Özelleştirme

"YENİ İŞLER CİRODAN YÜZDE 65 PAY ALDI"

STRATEJİK KARAR

Doğan Grubu almış olduğu stratejik bir kararla, verimliliği ve kârlılığı düşük sektörlerden çıkarak yeni alanlarda büyümeyi hedefliyor. Bu çerçevede enerji, akaryakıt ve motorlu taşıtlar sektörleriyle girişim sermayesi alanına odaklandık.

Son 5 yılda yapmış olduğumuz yatırımlarla konsolide gelirlerimizin yıllık bileşik büyüme oranı yüzde 33 olarak gerçekleşti. Doğan Holding'in gelirlerindeki artışta en büyük katkıyı 2015 yılında yüzde 50 payla iştirak edilen Aytemiz sağladı.

ENERJİ YATIRIMLARI

Doğan Enerji, Mersin RES'in kapasitesini 2017 yılı sonunda 42 MW'tan 62,7 MW'a çıkarmayı başardı. Toplam rüzgar enerji kapasitemiz 147 MW'tan 168 MW'a yükseldi. Özellikle Mersin RES, konumu ve üretim verileri itibarıyla Türkiye'de kurulu rüzgar santralleri içinde en verimlilerden biri oldu. Yenilenebilir enerji alanında 2018 yılında 9,36 MW kapasiteli güneş enerjisini de eklemiş bulunuyoruz.

BEGÜM DOĞAN FARALYALI
DOĞAN HOLDİNG YKB

OTOMOTİVE DÖNÜŞ

2015 yılının ikinci yarısından itibaren Doğan Holding bünyesinde faaliyet göstermeye başlayan Suzuki Motorlu Araçlar Pazarlama ile yeniden giriş yaptığımız otomotiv iş kolunda büyümeye devam ediyoruz. Suzuki, 2017 yılında satış hacmini artırdı. Suzuki, B-SUV segmentinde Vitara modeli ile 2017 yılında lider oldu.

GELECEK HEDEFLERİ

2017 itibarıyla enerji, akaryakıt ve motorlu araçlar sektörlerinin yanı sıra girişim sermayesi Doğan Holding'in konsolide gelirlerinin yüzde 65'i düzeyine ulaştı. Gelecek planlamamızda sinerji, verimlilik ve kârlılık ön plana çıkıyor. Az kâr sağlayan, verimsiz şirketleri elden çıkarma veya yeniden yapılandırma çalışmalarını sürdürüyoruz. Dengeli portföy için yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelirken, yurt dışı pazarlardan gelirlerimizi artırma yoluna da gideceğiz. Ticaret ve lojistik gibi sektörleri radarda tutuyoruz.

İdaresi'nin varlık satışı yöntemiyle düzenlemiş olduğu toplam 1.050 MW kurulu güce sahip Yeniköy ve Kemerköy termik santralleri ihalesini 2 milyar 671 milyon dolar bedel karşılığında 2014 sonunda devralıp işletmeye başladı. 2014 yılı içinde İstanbul Bomonti'de yaklaşık 270 milyon Euro yatırım bedeli ile otel, kongre ve kültür merkezi projesini tamamlayarak işletmeye açtı. 2016 yılında inşası tamamlanan ve IC Holding'in işlettiği Yavuz Sultan Selim Köprüsü ve Kuzey Çevre Otoyolu faaliyet gösteriyor. Ayrıca, Karasu Limanı da 2017 yılında faaliyete geçti.

IC Holding CEO'su Semih Ergur, bu yeni alanların grubun 2017 cirosundaki payının yüzde 37'ye ulaştığını söylüyor.

Ergur, bu alanlara dair hedefleri şöyle anlatıyor: "Sürdürülebilir büyüme odaklı bir stratejiyle ilerlemekteyiz. Önümüzdeki yıllarda performansımızı daha da yukarılara taşıyacağız."

Son beş yılda girilen yeni işin performansı

YAŞAR'IN YENİ KATEGORİLERİ

Hızlı tüketim ürünleri sektörü her yıl yeni kategorilere ev sahipliği yapıyor. Bu sektörün önde gelen oyuncuları ise bu hıza ayak uydurmak zorunda. Uzmanların çoğu bunu başaramayan grupların tüketici nezdinde gözden hızlıca düşebileceği riskini taşıdığı konusunda uyarıyorlar. Yaşar Holding de bu durumun bilincinde olan şirketlerden. Yaşar Holding İcra Başkanı Dr. Mehmet Aktaş, son 5 yılda toplam 885 milyon TL yatırım yaptıklarını söylüyor ve yeni kategorilere giriş yaparak gruba ivme kazandırdıklarını belirtiyor. Aktaş, yeni kategori ve işlerinin durumu ve katkısıyla ilgili ise şöyle konuşuyor:

"2017 yılında lansmanını yaptığımız Pınar Protein Süt ve Yoğurt ile yeni bir kategori yarattık. Pınar Protein Süt, 2017 yılının en iyi ürünü seçildi. Kategoride şu an yüzde 68,5 ciro pazar payıyla lider konumdayız. Yine kefir işine girdik. Burada da önemli hedeflerimiz var. İçecek portföyümüzü ise maden suyu ve limonata ürünlerimizle genişlettik. Son 5 yılda toz boya ürünlerimizi portföyümüze kattık. Dyotherm markası ile ısı yalıtımda devrim yaratan yepyeni bir ürünü piyasaya sunduk. Boya grubunda son 5 yılda girdiğimiz yeni işlerin cirosu 2017 satışlarının yaklaşık yüzde 1,5'unu oluşturuyor."

SALİH BAŞ

SEMİH ERGÜR

INDEX, BÜYÜYEN SEKTÖRLERE YÖNELDİ

Index Grubu da son 5 yılda pek çok yeni işe girdi. Index Grup Şirketleri İcra Kurulu Üyesi Salih Baş, bu yeni işleri ve hedeflerini şöyle anlatıyor:

"Akıllı telefon pazarı, teknoloji sektörünün lokomotifi haline geldi. Bu nedenle akıllı telefon pazarına girdik. Indeks Bilgisayar, Datagate ve Despec satışlarının önemli bir kısmını akıllı telefon ve mobil ürünler pazarından sağlıyor. Toplam satış gelirinin yüzde 50'sini ise Apple ve Lenovo mobil ürünlerinden elde ediyor. Telco, başta akıllı telefon olmak üzere Türk Telekom ürünleri olan simkart ve sanal TL ile akıllı telefon aksesuarları dağıtımına başladı. Telco ise cirosunun tamamını bu pazardan elde edi-

yor. Despec 2016 yılında Samsung ürünleri mix kanal distribütörlüğüne başladı ve bugün cirosunun yaklaşık yüzde 30'unu akıllı telefon ve mobil ürünler pazarından sağlıyor."

Grubun girdiği bir diğer sektör tüketici ürünleri oldu. Indeks Bilgisayar, Samsung Tüketici Ürünleri beyaz eşya, kahverengi eşya ve klima ürünlerinin Marmara Bölgesi dağıtıcılığını üstlendi. Index Grup'un yüzde 100 iştiraki olan lojistik şirketi Teklos A.Ş.'ye ait, Ayazağa Mahallesi'ndeki 40 bin metrekare büyüklüğündeki gayrimenkulü, bölgenin imara açılmasıyla birlikte Index Grup için büyük bir gelir fırsatı yarattı. Böylece bu gayrimenkul, Seba İnşaat ile birlikte inşaat projesine dönüştürüldü.

ALTINDAN BEKLENTİ BÜYÜK

Kimi grup ise uzun dönemdeki etkilerini düşünerek yeni işlere giriş yapıyor. Nurol Holding de bu gruplardan biri. Holdingin CFO'su Kerim Kemahlı, son 5 yılda Tümad Madencilik'le altın madenciliği, Nurol-BAE Systems ortaklığında hava sistemleri şirketi ve Nurol Solar şirketiyle girilen güneş enerjisi işlerinin girilen yeni alanlar olduğunu söylüyor. Kemahlı, her üç şirketin de 2017 yılı grup ciro ve kârlılığına büyük bir katkısının olmadığına dikkat çekiyor. Yine de bu işlerin önümüzdeki dönemde getiri sağlayacağını belirtiyor ve şöyle devam ediyor:

"2019 yılı sonrasında, kanıtlanmış rezerv kategorisinde yer alan altın üretiminin grubumuza yıllık 150-200 milyon dolarlık gelir sağlaması bekleniyor. 2022'de altının cirodaki payı yüzde 10 olur. Nurol BAE Systems Hava Sistemleri şirketimizin milli muharebe uçağı projesinde yer alarak alanında yerel ve uluslararası pazarda tercih edilen bir şirket olması da planlarımız arasında. Bu şirket, 2022 cirosundan yüzde 5 pay alabilir. Güneş enerjisi sektörünün lisanslı ve lisanssız projelerde ciddi bir potansiyeli olduğuna inanıyoruz. Burada ise 2022'de ciro payı yüzde 2 olabilir."

EĞİTİMİN PAYI YÜZDE 30'A ULAŞTI

38 yıldır gayrimenkul geliştirme alanında çalışmalarını yürüten Metal Yapı, bugün 7 farklı sektörde 20 aktif şirketiyle faaliyet gösteriyor. Grup inşaat, akaryakıt, enerji, gıda, perakende, AVM işletmeciliği ve otelcilikten sonra 2016 yılında Doğa Koleji'ni satın alarak eğitim sektörüne giriş yaptı.

Metal Yapı Konut Genel Müdürü Akın Karali, eğitim sektöründe elde ettikleri cironun grubun 2017 cirosunun yüzde 30'una ulaştığına dikkat çekiyor.

Karali, Doğa Koleji'nin özel sektör sermayeli eğitim kurumları içinde Avrupa'da birinci, dün-

SEDAT ÖZGÜR / KALE ENDÜSTRİ HOLDİNG YKB

"YENİ İŞİMİZ BÜYÜYOR SIRADA BİR ALAN VAR"

GÜVENLİK İŞİNE GİRDİK

Türkiye'nin ve yakın coğrafyanın "tek entegre güvenlik" şirketiyiz. Bu vizyondan hareketle 2013 yılında Kale Güvenlik Sistemleri'ni hayata geçirdik. Kale Güvenlik Sistemleri ile alarm izleme merkezi, kamera, mobil izleme, su-gaz-duman dedektörü, panik butonu ve akıllı aydınlatma gibi farklı ürün ve hizmetleri sunuyoruz.

EN HIZLI

Grubumuz 2018 yılında yüzde 30 büyüme hedefliyor, ilk 5 ay sonuçlarımız bütçe paralelinde ilerliyor. Kale Güvenlik Sistemleri, son yıllarda grubumuz içinde en hızlı büyüyen markamız oluyor. Kale Güvenlik Sistemleri 2018'in ilk 5 ayında önceki yıla göre yüzde 80'lik bir büyüme yakaladı.

HEDEF LİDERLİK

Artan abone sayımızla ev ve iş yerleri için lider elektronik güvenlik çözümü olma hedefindeyiz ve her yıl hızlı adımlarla bu hedefe yaklaşıyoruz. Bu kategoride 5 yıllık geçmişimiz olmasına rağmen, şu anda sektörde ikinci büyük grup haline geldik.

Hedefimiz faaliyet gösterdiğimiz tüm sektörlerde Türkiye'de liderlik ve hedef pazarlarda sürdürülebilir bir büyüme iddiasını ortaya koymak.

YENİ İŞLER PLANI

Kale markasıyla Kale Alarm çatısı altında satışa sunmaya başladığımız Kale Kamera Sistemleri de yeni bir iş. Önümüzdeki dönemde hayata geçirmeyi planladığımız akıllı güvenlik ürünlerimiz arasında akıllı dürbün yer alıyor. Bu ürünün özelliği, mobil aplikasyonumuzla uyumlu olması ve dışarıdan zile basıldığında aplikasyon üzerinden uyarı vererek kapıdaki kişiyle konuşma imkanı sunması.

VAKIFBANK KÜLTÜR YAYINLARI

Yayın hayatına başlayan

VakıfBank Kültür Yayınları,

geçmişten aldığı gücü geleceğe taşıyor;
dünya literatüründen benzersiz eserler
okuyucuyla buluşuyor.

Okuyun **#vebenzersiz** *olun.*

vbky.com.tr

vb.

"MADENCİLİK, BES VE SİGORTAYA GİRDİK"

YENİ İŞLER

Son beş yıl içinde madencilik, enerji ve sigorta sektörlerine yönelik yeni yatırımlarda bulunduk. 2014 yılında Polat Madencilik'le yaptığımız iş birliği neticesinde iştirakimiz olan Fina Enerji Holding'in yüzde 70 hissesine sahip olduğu Polyak Eynez Enerji Üretim Madencilik şirketini kurduk. Soma kömür havzasındaki maden ruhsatları üzerinde yatırıma başladık.

700 MW PLANI

Bu projemizi iki ayağa ayırıyoruz. Bu ayaklardan biri olan maden grubunda yatırımımız çok hızlı ilerliyor ve yakında üretime geçmeyi hedefliyoruz. Diğer yandan ise enerji tarafında bütün izin ve lisanslarımız hazır. Bu alanda da 2019 yılında yatırıma geçmeyi planlıyoruz. Polyak Eynez'de 1 milyar dolara yaklaşacak bir yatırımla yıllık 6 milyon ton kömür üretiminin sağlanacağı bir kömür madeni ve 700 MW kurulu güce sahip bir termik santrale sahip olacağız.

PAYI YÜZDE 2

Fiba Emeklilik ise 2012 yılında kuruldu. Geçen 5 yıllık sürede gerek sigorta ve emeklilik müşteri portföyü gerekse şirket satın alımlarıyla önemli bir ivme yakaladık. 2014 yılında CIV hayat sigortanın portföyünü, 2016 yılında ERGO Emeklilik ve Hayat A.Ş'nin satın alımını gerçekleştirdik. 2017 yılında da Groupama Emeklilik şirketinin emeklilik portföyünü alarak büyümemize hız kattık. 2018'de hayat ve emeklilik branşlarının yanı sıra sağlık alanında da Fiba Emeklilik çatısı altında faaliyet göstermeye başladık. Fiba Emeklilik'in 2017 grup ciromuz içindeki payı yüzde 2 civarında.

FIRSATLARI İZLİYORUZ

Polyak Eynez, enerji ithalatı konusunda ülkemize yıllık yaklaşık 250 milyon dolarlık döviz çıkışını ikame eden ciddi bir katkı sağlayacak. Yer altı kömür madenciliği projemize devam ederken, metal madenciliği alanında da uygun fırsatlar oluştuğu takdirde harekete geçmeyi planlıyoruz. Bu amaçla araştırma süreçlerine devam ederken, yakın zamanda Fiba Grubu'nu madencilik sektörünün önemli oyuncularından biri haline getirmeyi hedefliyoruz.

MURAT ÖZYEĞİN
FİBA HOLDİNG VE FİNA HOLDİNG YÖNETİM KURULU ÜYESİ

YATIRIMA DEVAM

Fiba Emeklilik tarafında ise yeni yatırımlara devam edeceğiz. Şu anda emeklilik alanında yapılan satın almalarla da beraber fon büyüklüğünde 1,5 milyar TL ile rekabette 4 sıra yükselerek 11'inci sıraya geldik, pazar payımız yüzde 2 seviyesine ulaştı. Hayat sigortasında ise 2018 yılında Nisan sonunda 60 milyon TL prim üretimi yaptık. Yüzde 2 pazar payı ile rekabette 13'üncü sırada yer alıyoruz. Hedefimiz bu başarımızı daha ileri noktalara taşıyarak, sektöre ve ülkemize olan katkımızı artırmak.

yada da ikinci sırada bulunduğunu hatırlatıyor ve hedeflerini şöyle paylaşıyor: "Grubumuz 2017 yılında Doğa Okulları'na yeni okul arazileri ve kampüs alanları ile fiziki olarak okulların yenilenmesi için 100 milyon TL'nin üzerinde yatırım yaptı. Şu an 110 kampüs ve 300 okula sahibiz. Hedefimiz 2023 yılında 200 kampüs ile 500 okula ulaşmak ve Doğa Üniversitesi'ni hayata geçirmek."

HAYRETTİN ÇAYCI

YURT DIŞINDA YENİ FABRİKALAR

Sarkuysan Grubu da son 5 yılda yeni yatırımlarıyla göz dolduran holdingler arasında yer alıyor. Grup özellikle sanayiye önemli yatırımlar yaptı. Bu yatırımlarının sonucunda da yeni ürün ve kategorilere girmeyi başardı. Amerika'daki fabrika sayısını 2'ye çıkaran grubun yönetim kurulu başkanı Hayrettin Çaycı, yurt dışındaki 3'üncü fabrikalarını Bulgaristan'da kurduklarını belirtiyor. Çaycı, bu fabrikalar aracılığıyla girecekleri yeni işlerini ve buradaki hedeflerini şöyle anlatıyor:

"Sarmakina'nın yeni fabrikasında rüzgar enerjisi sanayi için yeni ürünlerin üretimine başladık. Yeni fabrikalardan Bulgaristan hariç diğerleri üretime geçti ve performansları da çok iyi bir düzeyde. Son beş yılda girdiğimiz işlerin 2017 yılı cirosundaki payı yüzde 12 seviyesinde gerçekleşti. Bu işlerin 2017 yılı kârlılığındaki payı ise yüzde 10 seviyesinde. Son 5 yılda girdiğimiz yeni işlerden umduğumuzu bulduk. Bundan sonraki hedefimiz Bulgaristan projesini tamamlamak. Bu projenin başlangıçtaki ciro hedefi ancak yüzde 5 seviyesinde olacak. Ancak bunu 5 yılda yüzde 20'ye çıkarmayı hedefliyoruz."

BARUT
HOTELS
COLLECTION

Milyonlarca eşsiz anıdan yeni bir konsept yarattık:

“BARUT COLLECTION”

Zamanın değerini yücelten farklı bir Barut Deneyimi
Acanthus & Cennet, Arum, Kemer ve **Lara**’da,
Nisan 2019’dan itibaren sizi ve sevdiklerinizi bekliyor.

baruthotels.com

YİĞİT KULABAŞ

yigit@redesignbusiness.com

Türkiye'nin ezber bozan kadınları

Büyük hayaller kuran, azimle yılmadan bu hayallerin peşinde koşan, ezberleri alt üst eden insanlarla bir araya gelince umutla doluyorum. Türkiye'nin Kadın Girişimcisi Yarışması'nın jüri üyeliğini kabul ederken güçlü kadınların hikayelerini dinlemeyi bekliyordum elbette. Ancak böylesine sıra dışı işlerle karşılaşacağımı tahmin etmemiştim. Garanti Bankası, KAGİDER ve Ekonomist Dergisi tarafından bu yıl on 12'nci kez düzenlenen yarışmanın finalinde 4 ayrı kategoride 21 isim vardı. Ülkenin her köşesinden gelen başarı öyküleriyle tanıştık. Bir yanda büyük cirolara ulaşmış şirketler vardı, bir yanda gelecek vadeden projeler… Yaşadıkları yörenin kaderini değiştiren kadınlar da vardı, milyonların hayatına değen sosyal girişimciler de…

Yarışma sonuçlarını, ödül alan isimleri basından takip edebilirsiniz. Ben bu köşede Türkiye'nin ve hatta dünyanın geleceğine etkide bulunacak birkaç projeye yer vermek istiyorum. Anlatacağım başarı öykülerinin çoğu aynı kategoride yarıştığı için hepsinin ödüllendirilemediğini de ayrıca belirteyim.

KANSERE ÇARE OLMAK

Kanser ilaçları hızlı üreyen kanserli hücreleri öldürmeye çalışıyor. Ama ne yazık ki ilaçlar sadece tümöre değil sağlıklı mekanizmalara da zarar veriyor. Kemoterapi sürecinde hastalar pek çok yan etkiye maruz kalabiliyor. RS Research ilacı doğrudan kanserli hücreleri hedefleyecek şekilde paketleyip güdümlü bir füze gibi göndermeyi, hedefe ulaşana kadar paketin açılmamasını amaçlıyor. Böylece tedavi sırasında yan etkilerin azalmasını, etkinliğin artmasını sağlayabiliyor. İlaçların 2019'da klinik faza taşınması bekleniyor.

Rana Sanyal, Kübalı meslektaşlarına projesini sunduğunda "Bu adeta bir bilim-kurgu" yorumunu almış. Bu yorumun sebebi hayvanlar üzerinde yapılan deneylerin yüzde 100'e yakın başarıyla sonuçlanmış olması… Rana Hanım'ın hayalleri gerçek olursa şirketinin milyarlarca dolar yatırım alacağı aşikâr. RS Research, Türkiye'nin kendi ilacını hem de kanser ilacını yapabileceğini kanıtlayan ilk şirket olacak. İlk "unicorn"larımızdan biri sağlık alanında çıkacağa benziyor.

Sağlık alanında iddialı bir proje de disleksiyle mücadele eden HMS Health çözümüydü. Oğlunun rahatsızlığına çare olmak isteyen Günet Eroğlu, konu üzerine doktora yapmakla kalmayıp teknolojik bir çözüm geliştirmiş.

ADİL TİCARET-KÖYE DÖNÜŞ

Tarım ve hayvancılık konusunda pek çok iddialı proje dinledik. Hemen hepsinin ortak paydasında adil ticaret vardı. Aracıların ortadan kalktığı, üretenin kazandığı düzenlere şahit olduk. Çiftçiliği ve besiciliği teşvik eden bu platformlar geriye göçü tetiklemiş. Parasını sezon başında peşin alan besici mutlu… Büyük şehirde inşaatlarda çalışmak yerine köyüne dönen köylü mutlu… Nebyan Doğal Karadeniz Bölgesine renk katmış örneğin. Karayaka kuzusunu tüm Türkiye ile tanıştırmayı hedefliyorlar. Yaylalar yeniden canlanmış.

Benzer projeler arasında ülkeyi bir kuşkonmaz cennetine dönüştürmeyi hedefleyen Muğlalı Eli Belinde'yi, kinoa üretmek için kolları sıvayan Urfalı Pinoa'yı, zeytinyağını soğuk zincirle birleştiren Ayvalıklı Nova Vera'yı sayabiliriz.

BİYOTEKNOLOJİNİN GÜCÜ

Gelecek senelerde 'yılın girişimcisi' unvanına sahip olacağına inandığım Nanomik ile devam edelim. Şirket ülkemizin tarım alanındaki en büyük problemlerinden birine çare olmayı hedefliyor. Nanomik kimyasal koruyuculara alternatif, insana ve doğaya zararsız doğal koruyucular geliştiriyor. Probiyotik koruma sayesinde meyvelerimizin ve sebzelerimizin ihracat sonrası geri gönderilmesinin önüne geçilmesi mümkün.

Bir diğer girişim özel bir teknoloji sayesinde gıdaları dondurarak kurutuyor. Dondurarak kurutmanın geleneksel kurutma yöntemlerine göre pek çok avantajı var. Öncelikle gıdanın şekli, rengi ve tadı değişmiyor. Besin değeri azalmıyor. Hazel Topçu yöntemi uyarlayarak Türk gıda sektöründe yeni bir kulvar açabilecek bir şirket kurmuş: Haus Freezedry. Meyve, sebze, peynir gibi besin değeri yüksek gıdaları sağlıklı ve lezzetli kıtır atıştırmalıklara, çereze dönüştürüyor.

B-PREG Kompozit ise yine tarım, yine biyoteknoloji üzerine yatırım yapan, otomotiv alanında çalışan bir firma. Keten, kenevir ve benzeri doğal elyaflı ürünler kullanılarak üretilen malzemeler araç iç panellerine yeni bir açılım getiriyor. Çalışmalar mevcut araç iç panellerinin yüzde 20 ila 70 oranında hafifletilebileceğini, üretim sürelerinin de yüzde 50'ye kadar kısaltılarak enerji tasarrufu sağlanabileceğini gösteriyor. C

"ÜRÜNLERİMİZ DÜNYADA LİDERLİĞE ULAŞIYOR"

Orta Doğu, Afrika ve Uzak Asya'da yatırımlarıyla büyümeye devam eden Hayat Kimya'nın Strateji ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Aysel Aydın, "Türkiye'den çok farklı coğrafyalarda, yüksek kaliteyi erişilebilir kılarak markalarımızı liderliğe taşıyoruz" diyor.

Hayat Kimya, 30 yılı aşan deneyimiyle, ev bakım, hijyen ve temizlik kağıtları kategorilerinde Molfix, Molped, Bingo, Papia, Familia, Teno, Focus ve Joly markalarıyla bugün Türkiye'den 100'den fazla ülkeye ulaşıyor. Türkiye'nin en büyük 34'üncü ihracatçısı olan şirket, hızlı tüketim sektörünün de global oyuncularından biri. Türkiye'den sonra Cezayir, İran, Mısır, Fas, Bulgaristan, Rusya, Nijerya ve Pakistan olmak üzere 9 ülkede operasyonlarına devam ettiklerini belirten Hayat Kimya Strateji ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Aysel Aydın, "Kültürel ve tüketim alışkanlıkları olarak baktığımızda Türkiye'den çok farklı ve hatta zorlu denebilecek coğrafyalarda, tüketicileri doğru anlayarak, onlara yüksek kaliteyi erişilebilir kılarak markalarımızı liderliğe taşıyoruz" diyor.

TÜRKİYE'DEKİ İLKLER

Hayat Kimya sektörde bugüne kadar birçok ilke de imza attı. Parfümsüz, boyasız ve hipoalerjenik çocuk deterjanı Bingo, çift tarafı da yumuşak tuvalet kağıdı Papia, elastik gövdeli, sarkmayan 3 boyut teknolojili bebek bezi Molfix ve deterjanlı temizlik kağıdı Familia şirketin Türkiye'de imza attığı ilkler arasında yer alıyor. Tüketicilerin sesini pusula yaparak, yenilikçi ürünlere imza atmaya devam ettiklerini ifade eden Aydın, sözlerine şöyle devam ediyor: "Türkiye'nin hızlı tüketim sektöründeki ilk ve en büyük AR-GE yatırımı olan AR-GE merkezimiz, şirketimize global yenilik üssü olarak hizmet veriyor. Burada geliştirilen klor içermeyen formülüyle Bingo Oksijenli Çamaşır Suyu ve sert yüzey temizleyicilerini sunduk. Molped'de, kadınların konforunu ve sağlığını düşünerek, boya, paraben, klor ve naylon içermeyen hipoalerjenik Pure&Soft hijyenik pedimizi Türkiye'de tüketicilerle buluşturduk. Türkiye'den aldığımız güçle, İran'da, Rusya'da, Nijerya'da markalarımızın liderliklerini sürdürüyoruz. Dünyada milyonlarca eve giren Hayat markaları için çalışmak bizi, globalleşme yolculuğumuzda yarınlar için şevklendiriyor."

"HERKESİN KALİTELİ ÜRÜNE ERİŞMESİ İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

İBRAHİM GÜLER
HAYAT KİMYA OPERASYONLARDAN SORUMLU BŞK. YRD.

14 TESİS

Dünyanın beşinci büyük markalı bebek bezi üreticisi ve Orta Doğu, Doğu Avrupa ve Afrika'nın en büyük temizlik kağıtları üreticisi olarak üzerimizdeki sorumluluğun bilinciyle çalışıyoruz. Herkesin kaliteli ürünlere erişim hakkı olduğuna inanıyoruz. Dünyada birbiriyle konuşan 14 tesisimiz, Hayat'ın yüksek standartlarıyla kaliteli üretimlerine devam ediyor.

UÇTAN UCA ÜRETİM

Kocaeli'nde yer alan deterjan, hijyen ve kağıt üretim tesislerimizin yanı sıra bebek bezinin olmazsa olmazı "non-woven" tekstil üretimini ve tüm ürünlerimizin esnek ambalajlarını da aynı kampüste üretiyoruz. Hammaddeden ambalaja, bitmiş üründen depoya kadar otomatik sistemlerle uçtan uca entegre çalışıyoruz. İthal edilen malzemeleri kendi kampüsümüzde üreterek hem ekonomiye katkı sağlıyor hem üretim verimliliğimizi artırıyoruz.

Advertorial

ÜNLÜ GİRİŞİMCİDEN İŞ DÜNYASININ YARINI

Herkes yapay zekadan ve onun iş dünyasına getireceği büyük değişimlerden bahsediyor. Ancak yapay zeka şu anki gelişimiyle sadece bir sürecin parçası olduğunda kurumlar için anlamlı, verimli ve kârlı oluyor. İşte burada da çalışanları tekrarlanan işlerden kurtaran Robotik Süreç Otomasyonu (Robotic Process Automation-RPA) devreye giriyor. RPA, kural bazlı bir işi tamamlamak için dijital uygulamalar kullanan bir insanın el ve göz ile yaptıklarını yapay zeka (AI) ve makine öğrenmesi (ML) desteğiyle birebir taklit ederek, hızlı ve hatasız gerçekleştiren bir yazılım teknolojisi... RPA robotu, çalışanların ortalama vakitlerinin yüzde 45'ini alan katma değersiz işlerini dijital asistan olarak üzerine alıyor. 7/24 hatasız çalışarak şirketlerin 12 ay içinde ek çalışan kapasitesini yüzde 20, verimliliklerini ise yüzde 75 artırıyor. Böylece çalışanlar fark yaratacak işlere kafa yoruyor.

RPA alanında faaliyet gösteren şirketlerin stratejileri doğrultusunda, 2 ila 5 yıl içinde yazılım robotlarının tamamen yapay zeka robotları olması öngörülüyor. RPA'nın lider oyuncusu ise UiPath. 2015'te piyasaya giren 2017'ye kadar cirosunu 1 milyon dolardan 100 milyon dolara çıkaran şirketin yazılım sektöründe "eşi benzeri görülmemiş" bir büyümeye imza attığı söyleniyor. UiPath en hızlı büyüyen global 500 teknoloji şirketini kapsayan Deloitte Technology Fast 500 listesine bu yıl 26'ncı sıradan giriş yaparak dikkatleri üzerine çekti. Bugün pazar değeri 3 milyar dolar, cirosu ise 250 milyon dolar civarında olan şirket Google'ın yatırım şirketi CapitalG dahil pek çok büyük fondan yatırım çekiyor. Türkiye dahil 15 ülkede faaliyet gösteren New York merkezli şirketin kurucusu ve CEO'su Daniel Dines 2018 sonunda bir önceki yıla göre 5 kat büyüme beklediklerini anlatıyor. Dines, "Yatırımcılarımızın yatırım yaptığı şirketler arasında en hızlı büyüyen biziz. Bu da teknolojimizin şirketlerin çalışma şekillerini değiştirdiğini gösteriyor" diyor.

Dines ile otomasyonun iş dünyasında yarattığı değişimi ve gelecek trendlerini konuştuk…

"İnsanlar robotların gelip onların işlerini ellerinden alacağından korkuyor. Tam tersine, daha çok ve daha iyi kalitede işlerimiz olacak." Bu sözler Robotik Süreç Otomasyonu (RPA) sektörünün global lideri UiPath'in kurucusu DANIEL DINES'e ait... Dines, yüzde 100 yapay zekanın bir önceki adımı olan RPA'nın telekomünikasyon, finans, sigorta, perakende başta olmak üzere tüm sektörlerdeki tekrarlanan işleri "dijital çalışanlara" devrettiğini anlatıyor. Böylece çalışanların daha yaratıcı alanlara yönelebildiğini anlatan Dines, "Korkmaya gerek yok. Önümüzdeki yıllarda otomasyon 70 milyon yeni iş yaratacak" diyor.

ASLI SÖZBİLİR ● **asozbilir@capital.com.tr**

● Bize kısaca UiPath'den bahsedebilir misiniz?

■ Uzun bir tarihimiz var ama önemli olan kısmı epeyce kısa. Tüm dünyada büyük şirketlere iş süreçlerini otomatize etmeleri konusunda yardım ediyoruz. Otomasyonda insan kullanıcıların aktivitelerini taklit eden farklı bir yaklaşımımız var. Mesela bir kullanıcı bir fatura programı kullanırken faturaları satır satır bu programa kopyalar. Programımızı tamamen bunu yapabilecek şekilde değiştirebiliyoruz. Bu, iş süreçleri için kendi kendine gidebilen bir araba gibi. Kavram aynı. Sürücüsüz arabalarda direksiyon yoktur. Arabayı süren sadece yazılımdır. Bizde de iş süreçlerini sürdüren sadece yazılımdır.

● UiPath'i kurarken amacınız neydi? Piyasada nasıl bir potansiyel gördünüz?

■ Şirketi şu anda yaptığımız işleri yapmak için kurmadık. İlk zamanlarda çok basit bir sözlük aracı yarattık. Ekrandaki herhangi bir sözcüğe tıklayınca anlamını görebildiğiniz bir sözlük. Bu programı 2005'te yazdık. Ama bu programı yazabilmek için "Computer Efficient" adını verdiğimiz teknolojiyi de yaratmamız ge-

rekti. Bu da ekranı bir insan gibi algılayabilen bir teknolojiydi. Ekrana baktığınızda ekrandaki her şeyi anlamanız kolaydır, bir kısmın metin, diğer kısmın ikonlar, diğer bölümün de menü olduğunu anlarsınız. Ama bir yazılım için neyin ne olduğunu anlamak kolay değildir.

Yolculuğumuza bir sözlükle, ekrandaki metinlerin neler olduğunu anlayarak başladık. Sonra da diğer grafikleri anlayabilen yazılımlarla devam ettik. Ve bir noktada sözlük yazılımımız iyi çalışmamaya başladı ama teknolojimizi başka şirketlere lisanslamaya başladık. 2015'te Robotik Süreç Otomasyonu pazarına tam uyumlu ilk ürünümüzü piyasaya çıkardık ve RPA işine girmiş olduk.

● Şirketinizin değeri 3 milyar dolara ulaştı ve özellikle son 2 yılda ciddi bir büyüme oranına ulaştınız. Bu büyümenin arkasındaki iç ve dış faktörleri anlatabilir misiniz?

■ Piyasanın ilgisi neredeyse daha önce hiç görülmediği kadar fazla. En önemli neden bunun işe yarayan bir teknoloji olması ve şirketler için hemen değer yaratması. Dünyadaki her şirkete endüstrisi ne olursa olsun gidip teknolojimizin neden onlar için değerli olduğunu anlatabiliyoruz ve birkaç ay içinde de değer yaratabiliyoruz. Yine kendi kendini sürebilen arabaları düşünün, eğer otoyolda sürücüsüz giden TIR'ları görürseniz bu büyük bir pazardır. Eğer TIR'larınız kendi kendine gidebiliyorsa, gündüz gitmelerine gerek yok, hepsi gece yola çıkabilir, böylece trafiği çok rahatlatabilirsiniz. Bizim teknolojimiz de böyle… Yazılımlarımız 7/24 çalışabiliyor, kapasitelerini hızla artırıp azaltabiliyoruz, inanılmaz derecede esnekler ve şirketlere gerçekten ölçek yaratmada yardımcı olabiliyorlar.

Her ay ya da ayda iki kere hesaplarını kapatan şirketleri düşünün, bunların sadece ayda 1-2 kere çok büyük bilgisayar kapasitesine ihtiyacı vardır. Aynı şeyi insanlarla yapmak ise çok zor, devamlı ayda iki kere 100 kişiyi işe alıp çıkartamazsınız. Ama robot yazılımlarla canınız ne isterse onu yapabilirsiniz. Yani programımız çok esnek olmaya imkan veriyor.

● Küresel olarak büyümenize hangi sektörün ve hangi iş süreçlerinin daha fazla katkı verdiğini söyleyebilir misiniz?

■ Küresel olarak en büyük olan bankacılık ve finansal servisler. Ve yatay olarak da en fazla finans ve muhasebe. Ama insan kaynaklarında da çok kullanım alanı var, işe alım ve işten çıkarma süreçleri, mal alımında tedarik zincirleri gibi. Hatta hukuk modülümüz bile birçok uyum sağlama süreçlerinde kullanılabiliyor.

● Türkiye'deki faaliyetleriniz neler?

■ Birkaç ay önce başladık ama ben bir bölgeye yatırım yaparsam tam yaparım. Burada çok iyi bir takım oluşturduk, piyasanın üzerinde yatırım yapacağız. Türk ekonomisinin RPA'ya ihtiyacı olduğunu ve burada yeni teknolojiler için bir iştah olduğunu düşünüyorum.

● Türk şirketleri sizce yeni teknolojilere ne kadar açık?

■ Duyduğum kadarıyla Türk iş dünyası teknoloji konusunda epeyce yetkin ve yeni teknolojileri kullanmayı seviyor. Son 20 yılda Türkiye dev bir sıçrama yaptı. Ve dünya ekonomisinde yine ön koltuklara oturdunuz.

Şu an gerçekten de teknolojiye yatırım yap-

"OTOMASYON İŞ YERİ MUTLULUĞUNU ARTIRACAK"

ROBOT AŞKI

İnsanlar robotlardan insanları taklit ettikleri için korkuyor. Bu, yeteneklerini robotlar kadar geliştiremeyecek insanları işlerinden edecek bir teknoloji... İnanın bana her teknoloji iş piyasasını değiştirir ve bir kısım insanı işinden eder. Mesela PC'lerin tüm yetenekleri daktilo kullanabilmek olan insanları işinden ettiği gibi... Ben insanların robotları sevmeye başlayacağını hissediyorum. Robotları bir şirkete her getirdiğimizde insanlar bu cihazların aslında onlara yardımcı olduğunu, onların yerine geçmediğini fark ediyor.

SADAKAT ARTACAK

Çünkü biz insanların ya da işlerinin peşinde değiliz, amacımız insanların işlerini daha iyi yapmalarına yardımcı olmak. İşlerinin parçası olan bazı aktiviteleri otomatik hale getirerek onların geri kalan aktiviteleri daha iyi yapmalarını sağlamak. Yani etki sadece verimliliğin değil insanların mutluluğunun da çok ciddi derecede artması olacak. Bu çok önemli, mutlu insanlar daha verimli çalışırlar, işverenlerine daha bağlıdırlar ve onlara daha fazla ücret önerilse bile iş değiştirmezler.

ma zamanı, gerçekten de tek yol bu. Belki Türkiye'nin bölgesindeki diğer ülkeler kadar çok doğal zenginliği yok ama insan kaynağınız, çok önemli bir jeopolitik konumunuz var ve teknoloji kullanarak bölgede büyük bir etki yapacağınıza eminim.

● RPA'in bir şirkete ne gibi önemli katkıları olabilir?

■ Verimlilik artışı, hataları azaltmak ve ölçeklendirme… Çünkü gerekli kaynakları artırıp azaltabiliyorsunuz. Verimlilik artışı da ekonomik büyümenin lokomotifidir.

● Sizce robotlar ve yapay zeka şimdiye kadar dünya ekonomisini nasıl değiştirdi?

■ Türkiye için bunun doğru olmadığını biliyorum ama birçok ülkenin nüfusu yaşlanıyor. Japonya, Almanya, hatta Çin'de bu problem var. Kısacası bu ülkelerdeki işgücü yaşlanıyor, emekli oluyorlar. Doğasında tekrar olan birçok iş var ve genç insanlar emekli olanların yerine bu işleri yapmak istemiyorlar. Daha farklı bir eğitimleri ve hayat görüşleri var. Robotlar bu nedenle işin içine giriyor.

Bu aslında insanların işlerini ellerinden almak değil, işlerindeki bazı süreçleri otomatik hale getirmek anlamına geliyor. Mesela finans gibi bazı sektörlerde işlerin yüzde 70'i otomatik hale getirilebilir. Ancak işgücünü değerli kılan zaten asıl geri kalan yüzde 30. Müşterilerle daha çok zaman geçirebilirler, işi daha iyi anlayabilirler ve çok daha fazla değer yaratabilirler. Bunlar insanların en iyi yapabildikleri işler.

Tarımı düşünün, tarımda otomasyon çok kritikti, artan dünya nüfusunu beslemek, çiftçileri işçi haline getirmek önemliydi. Artık dünya nüfusunun sadece yüzde 2-3'ü tarımda istihdam ediliyor. Ofis işlerinde gerçekleştirilen otomasyon da 50 yıl sonra şu anda biz tarımdaki otomasyonu nasıl görüyorsak öyle görülecek. Müşteri isimlerini bir veri tabanına elle girmek ya da rakamların doğruluğunu kontrol etmek hiçbir insanın hoşlanacağı işler değil. Tarımdaki gibi bu işler de makineler tarafından yapılacak ama bu tüm ekonomiyi daha iyi hale getirecek.

● Yapay zekanın iş dünyasının geleceği olduğu yorumları sizce abartılı mı?

■ İnsanlar bugünden değil, gelecekten bahsediyor. Şu anda yapay zekanın iş dünyasında kullanıldığı sadece birkaç alan var. Yapay zeka şu anda insanların sadece 1 saniyede yapabildiği işleri yapabiliyor. Bir iş sürecinden sadece 1 saniye azaltan bir teknoloji hiçbir işe yaramaz. Bu nedenle yapay zekanın iş alanında kullanılabildiği henüz çok az alan var.

● Yapay zeka ne zaman iş dünyasında aktif bir rol oynamaya başlayacak?

■ Biz 2 ila 5 yıl sonra bunun olacağını düşünüyoruz. RPA artık yeterince gelişmiş bir teknoloji, birçok örnek var, bir pazar oluşturduk ve artık yapay zeka şirketleri bunun üzerine uygulamalar yaratmaya başlayabilir. Bu biraz iPhone'daki App Store ya da Android'deki Play Store gibi. Diğer şirketler yapay zeka uygulamaları üretip pazara sunabilir ve bizim müşterilerimiz de bunları kullanabilir.

● Yapay zeka etkin kullanılmaya başlandığında iş dünyasına nasıl bir fayda sağlayacak?

■ Yapay zeka süreçleri otomatik hale getirmeye yardımcı olacak ve sonunda tarımdaki otomasyona benzer bir etkisi olacak. 50 yıl sonra şu andaki iş yapış şekillerimiz tarih olacak ve insanların yaptığı işlerin bazıları tamamen yapay zeka tarafından gerçekleştirilecek.

● Bundan en çok hangi sektörler etkilenecek?

■ Bankacılık, finansal hizmetler ve sigorta şirketleri. Ayrıca finans ve muhasebe departmanları, vergi, denetim… Denetim her zaman örnekleme üzerine çalışan bir işti. Bir örnek seç ve kontrol et çünkü kimse tüm işlemleri kontrol edemez.

Mesela bankacılık işlemlerini kontrol edecekseniz rasgele bazı işlemleri kontrol edersi-

TANSU YEĞEN / UiPath TÜRKİYE CEO'SU

VİZYONUMUZ HER ÇALIŞANA BİR ROBOT

DAHA HIZLI

Türkiye'nin ortalama yaşı 31,7 ve çok genç bir nüfusumuz var. Üstelik yeni jenerasyonu "Gel bizim şirketimize katıl ve günde 6 saat sıkıcı bir işi tekrar tekrar yap" yazan bir iş ilanıyla tavlayamazsınız. Ayrıca iş dünyası için hız her zaman çok önemli oldu. Hızlı olabilen şirketler ve ülkeler gelişebildiler. RPA'yla yaptığımız şey de aslında şirketleri hızlandırmak. Çok daha hızlı şekilde daha verimli ve sonuç odaklı iş yapabilir hale geliyorlar.

DAHA YAYGIN

UiPath olarak Japonya'da, Batı Avrupa'da yüzlerce robotumuzu kullanan şirketler var. Yani aslında robotları kullanmayan ülkeler ve şirketlerle aralarındaki farkı daha da açıyorlar. Altını çizmek istediğim bir diğer konu da Daniel'in "Her Çalışana Bir Robot" vizyonu. Biz sadece üst yönetimin değil her çalışanın şirketinin hızlanmasına destek olmasını istiyoruz. Bu güçlü bir vizyon ve bunun gerçekleştiğini bazı şirketlerde görmeye başladık bile.

niz, denetim budur. RPA ile denetimi tamamen değiştirebilirsiniz çünkü tüm işlemleri kontrol edebilirsiniz. Bu, şirketleri daha uyumlu hale getirir, hükümetler için iyidir ve vergi denetimi sektörünü temelden değiştirir.

● Herhangi bir sektörün ya da bir iş sürecinin yok olacağını öngörüyor musunuz?

■ Ana sektörlerden hiçbirinin yok olacağını düşünmüyorum. Otomasyon ana akım sektörleri daha verimli, daha hızlı, müşterilerine daha iyi hizmet verir hale getirecek. Örneğin, şu anda sigorta şirketi müşterisinin poliçesini görmesi, aylık ödemelerini takip etmesi kolay değil. Bu nedenle şirketlerin web portalları oluyor ama bunun da güvenlik riskleri var, şirketler bu portallar üzerinden ana sistemlerine erişim vermek zorunda kalıyor.

Şirketler müşterileriyle etkileşim için chatbotlar ve RPA kullanırsa müşteri chatbot'a istediği soruyu sorar ve chatbot da RPA ile sistemden bilgiyi alıp otomatik olarak müşteriye ulaştırır. Bu da müşterilere daha iyi bir servis verilmesine ve işlerin hızlanmasına yol açar.

● Sizce bu ilerlemeler sayesinde yeni sektörler ortaya çıkabilir mi?

■ Yapay zeka kullanımı birçok yeni iş yaratacak, RPA geliştiriciliği bile yeni bir iş kolu. İş analistleri de yapay zekadan biraz anlar hale gelecek. Bir çalışmaya göre 2025 yılında otomasyon küresel ekonomide net 70 milyon yeni iş yaratacak. Bu çok büyük bir rakam… Ve bunlar daha gelişmiş işler olacak, yeni jenerasyonun isteyebileceği türde işler.

● Ne gibi yeni işlerden bahsedebiliriz?

■ Veri bilim adamlığı, analitik, robotları üretme, robotların doğru çalıştığını denetleme, bir nevi robotların yöneticiliğini yapma… Bunlar illa yeni işler değil çoğu zaman yeni kalifikasyonlar anlamına geliyor, bunu anlayıp bir yönetici olarak yeni yetenekler edinmelisiniz. Robotlarınızla iletişime girebilmeli ve onları yönetebilmelisiniz. Bugün küresel ekonomiyi desteklemeye yetecek sayıda kalifiye insan yok. Birçok iş kolunda insanlar eğitimlerinden daha aşağı işler yapıyor. Robotlar sayesinde onların da yetenekleri bir üst seviyeye çıkacak.

● Teknoloji sektöründe şu anda ki yenilikler, trendler neler?

■ Uluslararası araştırma şirketi Gartner'ın web sitesinde en çok aranan dördüncü kelime RPA. Sektördeki diğer trendler de elbette bitcoin ve yapay zeka. İnsanlar artık mobil ve buluttan çok RPA ve yapay zeka hakkında konuşuyor. Yeni trend gerçekten de bu… C

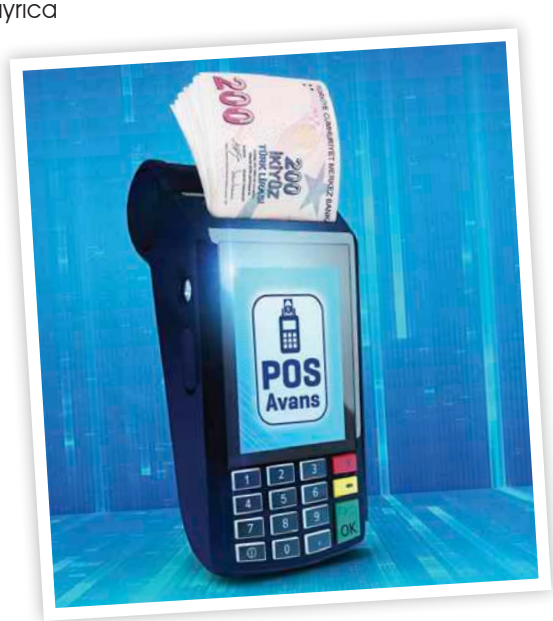
TÜRKİYE'NİN DİJİTAL BANKASI YAPI KREDİ İŞLETMELERİN HAYATINI KOLAYLAŞTIRIYOR

Türkiye'nin dijital bankası Yapı Kredi, yenilikçi ürün ve hizmetleriyle işletmelerin günlük hayatını kolaylaştırarak, tüm finansal ihtiyaçlarını diledikleri yerden, diledikleri zamanda ve hızlı bir şekilde karşılayabilmelerine olanak tanıyor. Bu doğrultuda şube dışı kanallarındaki ürün ve işlem çeşitliliğini sürekli geliştiren banka, sunduğu kaliteli müşteri deneyimini her geçen gün artırmaya devam ediyor.

Geçtiğimiz yıl bireysel ve kurumsal mobil şubesini tek bir uygulamada birleştiren bankanın müşterileri, Yapı Kredi Mobil ile hem bireysel hem de işletmelerinin bankacılık işlemlerini hızlı ve güvenli bir şekilde tek bir uygulama üzerinden kolayca tamamlayabiliyor. İşletmelerinin her türlü finansman ihtiyacı için esnaflar, hafta sonu dâhil her gün Yapı Kredi Mobil, Yapı Kredi Kurumsal İnternet Şubesi ve 444 0 448 Yapı Kredi Müşteri İletişim Merkezi aracılığıyla kolayca taksitli ticari kredi başvurusu yapabiliyor, kredileri anında hesaplarına geçebiliyor.

KOBİ'LERE HIZ VE KOLAYLIK

Yapı Kredi müşterileri buna ek olarak Yapı Kredi Kurumsal İnternet Şubesi ve Müşteri İletişim Merkezi üzerinden taksitli ticari kredi ve Esnek Ticari Hesap ürünüyle kısa vadeli finansman ihtiyaçlarını karşılayıp, World Business kart başvurularını da gerçekleştirebiliyor. POS ürünü için de yine şubeye hiç uğramadan Yapı Kredi Müşteri İletişim Merkezi aracılığıyla taleplerini iletebiliyor ayrıca Kurumsal İnternet Şubesi üzerinden POS bloke çözüm işlemlerini gerçekleştirip, malzeme talebi yapabiliyor. Öte yandan, MTV, gümrük vergisi, SGK prim ve fatura ödemeleri gibi kullanıcıların zamanını alan pek çok ödeme işlemini Yapı Kredi dijital kanalları üzerinden kolayca ve hızlıca yapabiliyor. Banka müşterisi olan esnaflar ayrıca şifrelerini hatırlamalarına gerek kalmadan Yapı Kredi Mobil'e göz taramasıyla giriş yapabiliyor ve QR kod ile ATM'ye hiç dokunmadan para çekebiliyor.



TİCARİ HAYATA CANLILIK KATAN ÖNCÜ UYGULAMALAR

Yapı Kredi'nin, Self Servis World ve Pos Avans ürünleri ise bankanın işletmelere yönelik sunduğu yenilikçi ürünleri arasında öne çıkıyor. Bankacılık sektöründe bir ilk olarak hayata geçirilen Self Servis World ile World Üye İşyerleri, kendi puan veya indirim kampanyalarını oluşturabiliyor. Bunun yanı sıra sistemin gerisinde çalışan "Akıllı Kitle Seçimi" uygulaması sayesinde milyonlarca World kredi kartı sahibi müşterisi arasından kendileri için en uygun hedef kitleye SMS ve e-posta ile bu kampanyalarını duyurabiliyor. Kampanyalarını tercih ettikleri iletişim kanalı üzerinden, işyeri lokasyon bilgilerinin yer aldığı şablonla birlikte hedef kitlelerine iletebiliyor. World Üye İşyerleri, kampanya sonuçlarını ve performansını da raporlarla takip edebiliyor, gelecekte yapmayı düşündükleri kampanyaları bu verilere göre kurgulayabiliyor.

Türk bankacılık sektöründe bir başka ilk olarak 2018 yılında hayata geçirilen POS Avans ise esnaf ve işletmelerin, ödemelerini güvenli ve zahmetsiz bir şekilde yapmasına, nakit akışlarını daha rahat yönetebilmesine olanak tanıyor. Buna göre, Yapı Kredi Üye İşyerleri bekleyen POS alacaklarıyla vade tarihini beklemeden para transferi gerçekleştirebiliyor.

Advertorial

MEHMET ÖĞÜTÇÜ

m.ogutcu@globalresourcespartnership.com

Yeni düzende Türkiye ve menfaat dengesi

Son zamanlarda yaşadığımız travmaların, sıkıntıların arkasında uluslararası bir "üst akıl"ın varlığından, bize karşı dünyadaki "büyük oyun"un bir parçası olarak uygulamaya konulan bir kurgudan bahsediliyor. Bazı politikacılar, gazeteciler, akademisyenler, askerler de samimiyetle böyle bir akıl ve oyun olduğunu söylüyor ama kimse bunun kim olduğunu telaffuz edemiyor. Bu güçlerin, ülkelerin ve şirketlerin geleceğini, dünya ekonomisini, jeopolitiğini, enerji düzenini, finans hareketlerini kendi çizdikleri "oyun" planı çerçevesinde perde gerisinden şekillendirdiklerine inanılıyor.

TEK BİR "ÜST AKIL" YOK

Size şu senaryo inandırıcı geliyor mu? Donald Trump, Xi Jinping, Vladimir Putin, Merkel, Narendra gibi dünyanın güçlü ülkelerinin liderleri, yanlarına şirketlerin başkanlarını, medyayı, silah tüccarlarını, dini liderleri de alıp "Arkadaşlar, nasıl bir yeni oyun kursak da menfaat paylaşımımız ve küresel hakimiyetimiz daim olsa" diyerek oturup ortak bir plan yapıyorlar. Yok öyle bir şey. İsteseler bile bu, sanıldığından daha karmaşık ve egoların, menfaatlerin, değerlerin çatıştığı bu çok kutuplu dünyada artık çok da zor.

Yani günümüzde tek bir "üst akıl" yok. Tabii ki bu, demek değildir ki büyük güçseniz, başkalarıyla ortak menfaat temelinde ittifaklar, ortaklıklar, oyun kurguları geliştirmeyeceksiniz. Komşularınız ya da gücünüzü aşındırabilecek, etkileyebilecek odaklar üzerine değişik senaryolar hazırlamayacaksınız.

Biz, bunu 2010 yılına kadar çalıştığım çokuluslu şirkette bile yapıyorduk. Milyarlarca dolar akıttığımız bir ülkenin geleceği, kimlerin iktidarda olacağı, bunların bize daha yakın olmaları için neler yapılabileceği, ne gibi riskler zuhur edebileceği, bunlarla nasıl baş edeceğimiz, bizim gibi büyük yatırımı olan şirket ve ülkelerle ortak hareket etmemizin akılcı olup olmayacağı yönünde farklı seçenekler içeren senaryolar çalışırdık. Bu, uluslararası ilişkiler ve iş dünyasında son derece doğal.

Şayet kendi hükümetimiz, güçler, rakipler, oyuncular üzerine bu tür seçenekli senaryolar, oyun kurguları hazırlayamıyorsa burada ciddi bir eksiklik, olduğu aşikâr demektir.

YENİ DÜZENDE TÜRKİYE

Çok kutuplu, tek bir gücün iradesini empoze edemediği bir dünyadayız. Çevre tahribatının arttığı, gıda, su ve enerji ikmal güvenliğinin sağlanamadığı, terör ve organize suç örgütlerinin yükselişe geçtiği, teknolojinin hem harika yenilikler hem de korkutucu tehlikeler yarattığı bir konjonktürün hakim olduğunu da unutmayalım.

Türkiye ile Rusya arasındaki ilişkiler inanılmaz boyutlara ulaştı. Ticaret hacminin bu yıl sonunda 30 milyar doları geçerek Almanya ve Çin'i geride bırakması bekleniyor.

Putin çok akıllı hamleler yapıyor. Geçmişe saplanmayan, duygulardan ziyade pragmatik ve menfaat zaviyesinden bakan stratejik bir zeka sergiliyor. Son ziyareti, Türk Akım'ın ilk ayağının tamamlanmasını kutlama töreni içindi. Sırada Avrupa pazarına yönelik ikinci ayak var. 2023'te Akkuyu Nükleer Santrali'nin ilk reaktörünün devreye alınması, Suriye sorununun Rus ve İran menfaatleri doğrultusunda çözümlenmesi, Karadeniz'e NATO'nun girişinin engellenmesi, Kafkaslar ve Orta Asya'daki menfaatlerinin korunması, askeri satışlar gibi diğer önemli dosyalar da var.

İkili ticarette büyük açık veriyoruz (ticaretin yüzde 86'sı Rusya'nın ihracatı), enerji bağımlılığımız giderek artıyor, savunma iş birliğinin yeni boyutları NATO'da kaşları kaldırıyor, Rus istihbaratının ülkemizdeki etkinliği genişliyor. Rusya için "kazan-kazan" ağır basıyor. Beklenmedik yeni bir krizle ilişkilerin yeniden rayından çıkması da çok uzak bir ihtimal değil.

Kuşkusuz yeni dünya düzeninde Rusya-ABD ve Çin'in arasında önemli bir ana oyuncu ve Moskova ile yakın iş birliği ve ortaklık içinde olmalıyız ama "kazan-kazan" dengesi iyi kurulmazsa ileride sıkıntılar baş gösterecek, mevcut ortaklık sürdürülebilir olmayacaktır. Putin unutmamalı ki Türkiye, Çin'den Almanya'ya, Rusya'dan Suudi Arabistan'a geniş coğrafyanın en önemli bölgesel gücü olarak hiç yabana atılmayacak bir ülke ve yeni dünya düzeninde satranç masasında yer almayı arzu ediyor. Bu nedenle ilişkilerin bundan sonraki yol haritasında dengeyi ve sürdürülebilirliği liderler düzeyinde konuşmakta ve "kazan-kazan" prensibini gerçeğe dönüştürmekte büyük yarar var. C

MIT Technology Review

YapıKredi
katkılarıyla
TÜRKİYE'NİN DİJİTAL BANKASI
YapıKredi

Her cepte bir psikiyatrist

MIT
Technology
Review

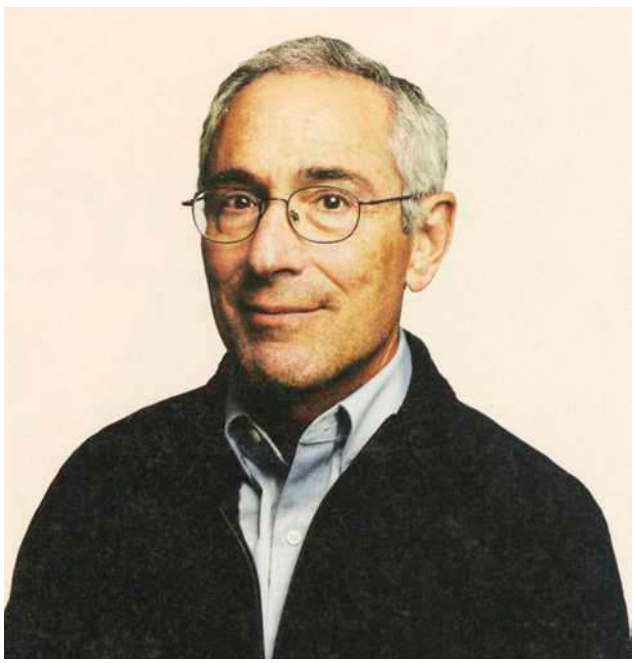
Her cepte bir psikiyatrist

Akıllı telefonlara olan takıntımız aslında depresyon ve şizofreni gibi hastalıkları tedavi etmek için bir lütuf olabilir.

Sadece Amerika Birleşik Devletleri'nde 45 milyon civarında akıl hastası var ve bu hastalıklar ile tedavilerinin seyri çok büyük farklılıklar gösterebiliyor. Ama bu insanların çoğunun ortak bir noktası var: Akıllı telefonlar.

Aralarında Amerikan Ulusal Akıl Sağlığı Enstitüsü'nün eski direktörünün de bulunduğu üç doktor tarafından Palo Alto California'da kurulan bir startup, cebimizdeki teknolojiye duyduğumuz bu takıntının depresyon, şizofreni, bipolar bozukluk, travma sonrası stres bozukluğu ve madde bağımlılığı gibi günümüzün en zorlu tıbbi problemlerinden bazılarının tedavisine yardımcı olabileceğini kanıtlamaya çalışıyor.

Mindstrong Health, insanların bilinç düzeyi ve duygusal sağlıklarını ölçmek için telefonlarını kullanış şekillerini gösteren bir uygulama kullanıyor. Bir hasta Mindstrong'un uygulamasını indirdiğinde, bu uygulama hastanın nasıl yazı yazdığını, tıkladığını ve öbür uygulamaları kullanırken ekranı nasıl aşağı kaydırdığını gözlemliyor. Bu veri şifreleniyor, makine öğrenme tekniklerini kullanarak uzaktan analiz ediliyor ve sonuçlar hasta ve doktoruyla paylaşılıyor.



Psikiyatrist ve Ulusal Akıl Sağlığı Enstitüsü eski direktörü, Mindstrong'un kurucu ortağı Tom Insel

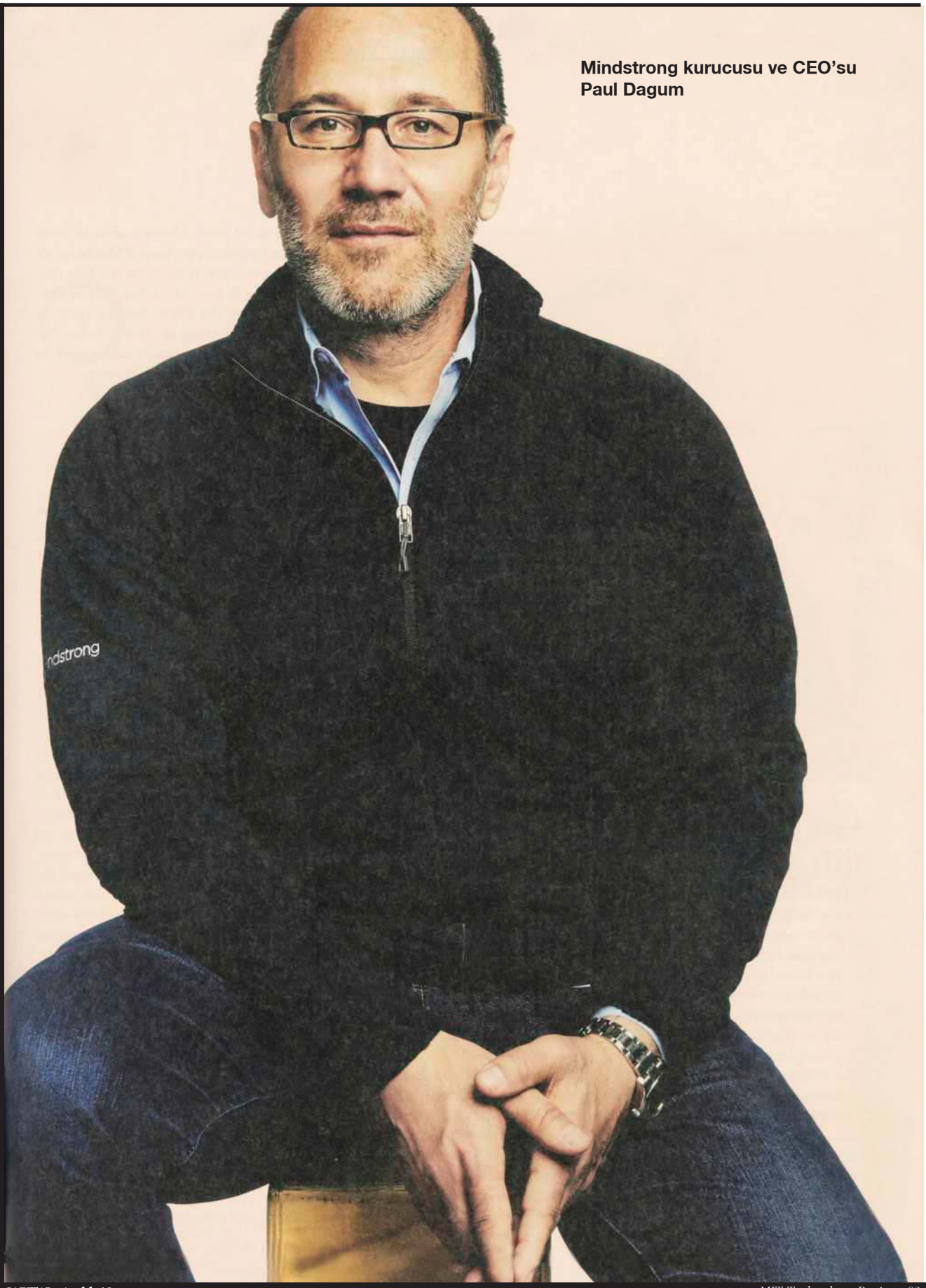
Mindstrong'un araştırmasına göre, telefonunuzu kullanma şekliniz gibi görünüşte sıkıcı olan bu ayrıntı, akıl sağlığınıza dair önemli ipuçları sunuyor. Uygulamadan elde edilen detaylarla, herhangi bir şey olduğunda bir hastanın doktoru ya da hastaya bakmakla görevli başka birine bir uyarı gidiyor. Böylece onlar da uygulama aracılığıyla bir mesaj göndererek hastayı kontrol edebiliyor. Hastalar uygulama üzerinden doktorlarına kendileri de mesaj gönderebiliyor.

Yıllardır sayısız şirket, uygulama tabanlı terapilerden ruh hali değişimleri ve anksiyeteye yardımcı olan oyunlara, depresyon işaretlerini yakalayabilmek için akıllı telefon aktivitelerini veya ses ve konuşma işaretlerini kaydetme çabalarına kadar her şeyi denedi. Fakat Mindstrong hepsinden farklı çünkü kullanıcıların telefonla olan fiziksel etkileşimlerinin, yani yaptıkları şeylerin değil, bu şeyleri nasıl yaptıklarının, akıl hastalıklarının işaretlerini gösterebileceğini düşünüyor. Bu bizi zamanla bu problemleri takip etmenin çok daha kesin yollarına götürebilir. Eğer Mindstrong'un yöntemi işe yararsa cebinizdeki teknolojiyi kronik beyin hastalıklarından muzdarip hastalara yardım edebilecek bir anahtara dönüştürme konusunda bir ilk olabilir. Hatta bu hastalıklar başlamadan önce bile teşhis konulabilir.

DİJİTAL PARMAK İZLERİ

Mindstrong'u kurmadan önce kurucusu ve CEO'su olan Paul Dagum, telefonlarımızı kullanma şeklimizde saklı olan bilişsel yetenekleri ya da yeteneksizlikleri ölçebilecek sistematik bir ölçme sistemi olup olmadığını öğrenmek için Bay Area'da yapılan iki araştırmaya para ödedi. Yüz elli araştırma deneği bir kliniğe gelerek, akıl hastası kişilerde zayıflayan yüksek kapasiteli beyin fonksiyonlarından olan eylemsel bellek (olayları nasıl hatırladığınızı) ve yürütücü fonksiyon (dürtüleri kontrol edebilme, zamanı yönetebilme

YapıKredi
katkılarıyla



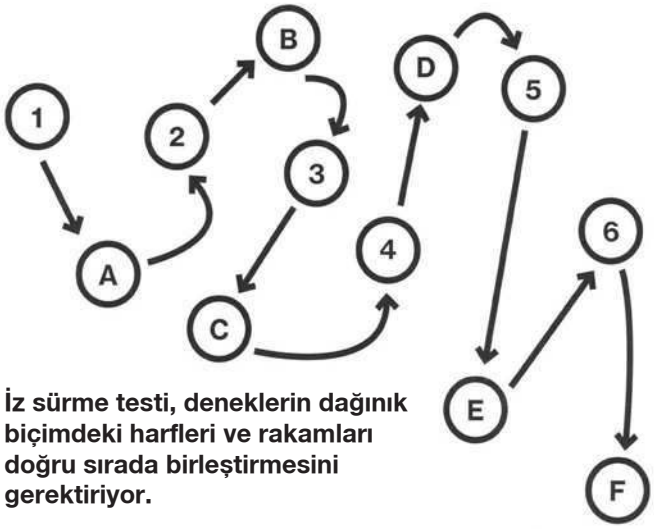
Mindstrong kurucusu ve CEO'su Paul Dagum

ve bir göreve odaklanabilme yetisini içeren zihinsel beceriler) gibi unsurları ölçen standardize edilmiş bir nörobilişsel değerlendirmeye tabi tutuldu.

Bu değerlendirme, kişilerin görevler arasındaki geçişi ne kadar iyi yapabileceğini ölçen, dağınık harf ve rakamları düzgün bir sıraya sokmanızın gerektiği süreli iz sürme testi gibi onlarca yıldır kullanılan nöropsikolojik testleri içermekteydi. Dikkatlerini zayıflatan bir beyin hastalığı olan kişiler bu testlerde zorluk yaşayabilir.

Denekler evlerine telefonlarının ekranına dokunma şekillerini (kaydırma, dokunma ve klavyede yazı yazma) ölçen bir uygulamayla döndü. Dagum, bu uygulamanın akıllı telefonlar üzerindeki bu tarz davranışları kaydetmenin dikkat çekmeyen bir yolu olacağ ını umuyordu. Bu uygulama 1 yıl boyunca arka planda çalıştı ve bilgi toplayarak bunları uzaktaki bir sunucuya gönderdi. Daha sonra denekler başka nörobilişsel testler için geri döndü.

Görünüşe bakılırsa, araştırmacıların ölçtüğü davranışlar çok şey söylüyordu. Dagum, "Bunun içinde, nöropsikoloğun elde ettiği nörobilişsel fonksiyon ölçütlerini ölçen, bunlarla ilişkili olan, daha doğrusu salt bağlantılı olan değil de tahmin eden sinyaller vardı" diyor.



İz sürme testi, deneklerin dağınık biçimdeki harfleri ve rakamları doğru sırada birleştirmesini gerektiriyor.

HAFIZA PROBLEMLERİYLE BELİRLENEBİLİR

Örneğin, beyin hastalıklarının en belirgin özelliklerinden olan hafıza problemleri, ne kadar hızlı yazdığınız, nasıl hatalar yaptığınız (yazdıklarınızı ne sıklıkla sildiğiniz gibi) ve telefon rehberinizi ne kadar hızlı aşağı kaydırdığınız gibi şeylere bakarak belirlenebilir.

Mindstrong ilk önce telefonunuzu nasıl kullandığınıza bakarak ve bu özellikleri genel ölçülerle birleştirerek bir temel belirleyebilir. Dagum, "Sadece akıllı telefonun klavyesini kullanırken bile, dikkatinizi hep bir görevden diğerine veriyorsunuz. Örneğin, bir cümlenin içine noktalama işareti yerleştirirken" diyor.

Dagum, bağlantıların, zaman içinde insan bilincini ve davranışlarını araştırmak için düzenli olarak bir terapisti ziyaret etmek veya yeni bir ilaca başlayıp, bir ay kullanıp sonra tekrar doktora muayene olmak gibi tipik tedavilerle mümkün olamayacak şekilde yeni bir yol sunduğuna ikna oldu. Beyin hastalıklarının tedavisi, kısmen doktorlar hastalık ilerleyene kadar birinin sorun yaşadığını anlamadığı için hız kaybetti; Dagum, Mindstrong'un bunu daha çabuk çözebileceğine ve gözünü günün 24 saati kullanıcıların üstünde tutabileceğine inanıyor.

Dagum 2016 yılında, Alphabet'in yaşam bilimleri şirketi Verily'i ziyaret etti. Burada çalışmalarını, aralarında 2015 yılında Verily'e katılmadan önce 13 yılını Ulusal Akıl Sağlığı Enstitüsü müdürü olarak geçiren bir psikiyatrist olan Tom Insel'in de bulunduğu bir gruba gösterdi.

Verily, depresyon veya diğer akıl sağlığı bozukluklarını öğrenmek için telefonların nasıl kullanılacağını anlamaya çalışıyordu. Ancak Insel, ilk başta Dagum'un sunduğu, gerçek verilerden ziyade bir kavram gibi duran şeyin pek de önemli bir olaymış gibi gelmediğini söylüyor. "Yaptığı şey çok da ilgi çekmedi" diyor.

Ancak birkaç toplantı sonrasında Insel, Dagum'un akıl sağlığı alanında henüz hiç kimsenin başaramadığına inandığı bir şeyi yapabileceğini fark etti. Bir kişinin bilişsel performansıyla güçlü bir şekilde ilişkili olan akıllı telefon sinyallerini ortaya çıkarmıştı. Bu genellikle uzun laboratuvar testleri yoluyla mümkün olan bir şeydi. Dahası, bu sinyalleri günler, haftalar ve aylar boyunca toplayarak, esas itibarıyla bireyin beyin fonksiyonlarına sürekli ve nesnel olarak bakmayı olanaklı hale getiriyordu. Insel, bu durumu "Diyabet dünyasında sürekli bir glikoz monitörüne sahip olmak gibi" diye açıklıyor.

GERÇEKTEN İŞE YARIYOR MU?

Neden Mindstrong'un yaptığı şeyin gerçekten işe yarayabileceğine inanmalı? Dagum, binlerce kişinin uygulamayı kullandığını ve şirketin bilim ve teknolojisini doğrulamak için beş yıllık klinik çalışma verilerine sahip olduğunu söylüyor. Bu uygulama çok sayıda çalışma yapmaya devam etmesinin yanı sıra, geçtiğimiz mart ayında kliniklerde hasta ve doktorlarla çalışmaya başladı.

Mevcut haliyle hastaların gördüğü Mindstrong uygulaması oldukça seyrek. Akıllı telefonunuzun ekranını kaydırma ve ona dokunmanızdan toplanan beş farklı sinyalle günlük olarak güncellenen bir grafik

var. Bu sinyallerden dördü duygu durum bozukluklarına (hedefe dayalı karar verme yeteneği gibi) sıkı sıkıya bağlı olan bilişi ve geri kalan diğeri de duyguları ölçüyor. Ayrıca bir klinik görevlisiyle mesajlaşma seçeneği de var.

Insel, "Şimdilik, şirket ağırlıklı olarak depresyon, şizofreni ve madde bağımlılığı gibi problemlerin nüksetme riskine sahip olan ciddi derecede hasta insanlarla çalışıyor" diye konuşuyor ve ekliyor: "Bu, gerçekten biraz yeniliğe ihtiyacı olan ciddi derecede engelli kişilere yönelik. Sağlık hizmetlerinden yüksek oranda yararlanan insanlar var ama yine de fayda elde edemiyorlar. Bu yüzden onlara daha fazla işe yarayan bir şeyler vermenin bir yolunu bulmamız gerekiyor." Aslında bir hastanın nereye doğru gideceğini tahmin eden Dagum, zaman içinde uygulamayı kullanan daha fazla kişi olmasının, verilerdeki modelleri sağlamlaştıracağına inanıyor.

Elbette düşünülmesi gereken zorlayıcı konular da var. Mesela gizlilik: Mindstrong, kullanıcı verilerini koruduğunu söylerken, bu tür verilerin toplanması, yardım etmeyi amaçladığı birçok insan için korkutucu bir ihtimal olabilir. Şirketler, bu uygulamayı çalışan sağlığı planının bir parçası olarak dahil etmekle ilgilenebilir, ancak ne kadar iyi korunmuş olursa olsun, çoğumuz işverenlerimizi akıl sağlığı verilerimizin yakınında istemeyiz.

SORUNLARI FARK ETMEK

Michigan Üniversitesi'nde yapılan bir araştırma, Mindstrong'un akıl hastalığı olmayan, ancak depresyon ve intihar riski yüksek olan kişiler için faydalı olup olmadığına bakıyor. Psikiyatri ve nörobilim profesörü Srijan Sen tarafından yönetilen çalışma, ülke genelinde yoğun stres, sık sık uykusuz kalma ve çok yüksek depresyon oranları yaşadığı bilinen bir grup olan bir yıllık doktorların ruh hallerini izliyor.

Katılımcılar her gün ruh hallerini günlüğe kaydediyorlar ve uyku, aktivite, kalp hızı verilerini kaydetmek için bir Fitbit etkinlik izleyicisi kullanıyorlar. 2 bin katılımcının yaklaşık 1.500'ü, akıllı telefonlarında Mindstrong klavye uygulamasını kullanıyor. Bu klavyenin yazım şekilleri hakkında bilgi toplamasına ve

Depresyon kategorisinde kaç farklı hastalık olduğunu bilmiyoruz. Insel, bunu bulmak için Mindstrong'un hastalardan gelen veriyi kullanabilmesini umuyor.

Palo Alto'da bulunan bu startup, akıl sağlığınızı değerlendirme işinin hayat düzeninize dahil olmasını istiyor.

bilinçlerinin yıl boyunca nasıl değiştiğini anlamasına izin veriyor.

Srijan Sen, insanların hafıza kalıplarının ve düşünme hızlarının, depresyonda olduklarını fark etmeden önce belirgin olmayan şekillerde değiştiğini varsayıyor. Ancak, bu gecikmenin ne kadar süreceğini ya da hangi bilişsel modellerin depresyonu tahmin edeceğini bilmediğini söylüyor.

Insel ayrıca, Mindstrong'un günümüzün geniş çapta tanımlanmış akıl sağlığı bozukluklarından daha kesin tanılara yol açabileceğine de inanıyor. Örneğin şu anda, majör depresif bozukluk tanısı konan iki kişi, çok sayıda semptomdan sadece birini paylaşıyor olabilir: İkisi de kendilerini depresyonda hissedebilir, ama biri her zaman uyumak isterken, diğeri neredeyse hiç uyumuyor olabilir. Insel, "Depresyon kategorisinde kaç farklı hastalığın olduğunu bilmiyoruz" diyor. Ama zamanla Mindstrong, öğrenmek için hasta verilerini kullanabilir. Şirket, bu ayrımlarla ilgili daha fazla bilgi edinmenin, ilaç reçetelerini daha etkili bir tedavi için daha uygun bir şekilde yazmayı nasıl olanaklı kılacağını keşfetmeye çalışıyor.

Insel, şizofreni hastalarının deneyimleyebileceği ses halisünasyonlarının belirgin dijital işaretleri olup olmadığının henüz bilinmediğini ve şirketin hala travma sonrası stres bozukluğu gibi gelecekteki sorunların nasıl tahmin edileceği üzerinde çalışmakta olduğunu söylüyor. Ancak, telefonun bunların sessiz bir şekilde anlaşılması için anahtar olacağından emin. Insel, "Bunu, birinin düzenli hayatına uyan bir şekilde yapabilmek istiyoruz" diyor.

MIT Technology Review

Ethereum'un geleceği neye bağlı?

Ethereum kurucusu Vitalik Buterin, kendisi geri çekilmediği sürece yarattığı teknolojinin başarılı olamayacağını düşünüyor. Buterin, Ethereum'un yıllık geliştirici konferansında, teknolojisinin neden yalnızca ona bağlı olmayı bıraktığında gerçekten merkezsizleştirilebileceğini anlattı.

Vitalik Buterin, beş yıl önce kurduğu blockchain sisteminin karşılaştığı zorluklar hakkında soru sorulduğunda genellikle Ethereum'a özgü jargonları kullanarak coşkulu bir şekilde anlatmayı çok seviyor. Ancak teknolojinin geleceğindeki rolünü sorduğunuzda, sözcüklerini daha dikkatle seçiyor.

24 yaşındaki Buterin'in, idealist bir topluluk için hala esin kaynağı olduğuna şüphe yok. Bu durum, kasım ayında binlerce geliştirici, yatırımcı ve girişimcinin, kâr amacı gütmeyen Ethereum Vakfı tarafından düzenlenen yıllık "aile buluşması" Devcon için bir araya geldiği Prag'da da açıkça görüldü.

En popüler tartışma konusu, Buterin'in "Ethereum 2.0" vizyonu, yani Ethereum'un bugün olduğundan daha büyük bir ölçekte verimli bir şekilde çalışabilmesi ve daha geniş bir kullanıcı tabanına hitap edebilmesi için tasarlanmış olan gelecekteki tekrar sürümüydü. Ancak Devcon'un oturum aralarında Buterin, topluluğun büyümesinin gerekli bir parçası olarak geri planda kalmaya başlamasının zamanının geldiğini söyledi.

Buterin'in "Ethereum 2.0" vizyonu, yani Ethereum'un bugün olduğundan daha büyük bir ölçekte verimli bir şekilde çalışabilmesi ve daha geniş bir kullanıcı tabanına hitap edebilmesi için tasarlanmış olan gelecekteki tekrar sürümüydü.

BUTERİN NEDEN GERİDE KALMALI?

Peki neden? Kısaca söylemek gerekirse, tamamen merkezsizleştirilmiş bir sistemi başarısızlığa sürükleyecek tek bir bileşen olamaz. Bu, Buterin'in karar verme üzerinde eskiden beri süregelen etkisinin temsil ettiği bir durum aslında. Buterin, "Kısmen topluluğun doğal büyümesi nedeniyle ve aynı zamanda topluluğun bilinçli şekilde geri plana düşme çabası sayesinde, bu değişiyor" diyor.

Devcon'un ilk gününün ardından gördüğü bir Twitter sohbetini kast ederek ekliyor: "Bence insanlar bunu hissediyor gibi. Meseleyi açıkça dile getiren bir yorum bile vardı ve şöyle diyordu: 'Görünüşe bakılırsa, topluluk gerçekten de birlikte çalışıyor ve sırtını sadece sorumluluğu üstlenen birkaç kişiye dayamıyor.'"

Gerçekten de Devcon'da temel olarak topluluğun kararları birlikte alma konusunda nasıl daha iyi çalışabileceğinin ele alındığı bir tartışma seansı da yapıldı. Bu seans sırasında, Ethereum protokolünün gelişimini destekleyen kâr amacı gütmeyen kuruluş Ethereum Vakfı'ndan Hudson Jameson, Buterin'in zaten birçok yönden karar verme sürecinin dışında olduğunu söylüyor ve ekliyor: "Bunun, ekosistemin gelişmesi ve daha merkezsiz hale gelmesi için gerçekten çok önemli olduğunu düşünüyorum."

KRİTİK DÖNEMEÇ

Bu geçiş, Ethereum için kritik bir dönemeci ifade ediyor, zira Ethereum'un geliştiricileri, onun daha yaygın bir şekilde benimsenmesinin önünde durduğuna inandıkları birtakım karmaşık teknik engellerin üstesinden gelmek için canını dişine takıyor. Yapılacaklar listesinin en üstünde iddialı bir iş kanıtından uzaklaşma planı bulunuyor. Bu da Ethereum, Bitcoin ve diğer benzer blokchain sistemlerin zincirinde sakladıkları bilginin geçerli olduğuna dair ağ katılımcıları arasındaki anlaşmayı sağlamak için kullandıkları yoğun enerji tüketen bir süreç. Bluterin yıllarca, risk kanıtı denen farklı bir algoritmaya dayanan ve iş kanıtına daha az enerji tüketen bir alternatif geliştirmeyi hedefleyen bir araştırma projesine öncülük etti.

Buterin ayrıca, kısmen kullanıcılara belirli işlemleri her bir tanesini blockchain yazmak zorunda kalmadan yapma olanağı vererek, ağın çok daha büyük işlem hacimlerini kaldırabilmesini sağlayan, kırılma ve plazma denen yeni yöntemlerin elde edilmesinde de çok büyük bir rol oynadı. Tüm bu geliştirmeler, Buterin'in teknik özelliklerini yazma ve sonuçlandırmada etkili olduğu Ethereum 2.0'da bulunacak. Yine de Buterin projeye katılımını, iki üç yıl önceye göre önemli ölçüde azalttığını duyurdu.

adPLUS

hyavuz@capital.com.tr
HANDE YAVUZ ÇALIK

Omnichanel etkisi

Geometry'nin global strateji başkanı Jonathan Dodd geçtiğimiz ay İstanbul'a geldi. Omnichannel (Çoklu kanal) ile ilgili yeni trendleri görüştük. Offline ve online kanalların etkileşimli kullanılması sektörün en önemli konularından biri haline geldi. Dodd, tüketicilerin online'a yönelmesiyle perakende sektörünün de dönüştüğünü ifade ediyor. "Online ile offline arasındaki sınırların giderek kalktığı yeni bir perakendecilik anlayışı ortaya çıktı. Tüketiciler yüksek bir beklentiye sahip" diyor ve şöyle devam ediyor:

KİSİSELLEŞMİŞ DENEYİM

"Tüketiciler daha kişiselleştirilmiş deneyim sunan her şeyi istiyor. Genel olarak, hayatlarımız daha online, daha hareketli ve daha sosyal. Ancak bu dinamiklerin markaları etkileme biçimleri, kategoriye ve pazara göre büyük farklılık gösterebiliyor.

YENİ MEDYA DÜNYASI

Markaların ve medyanın birbirinden bağımsız şekilde tasarlanabildiği ve planlanabildiği eski yöntemler artık geçerli değil. Yeni medya dünyası daha kişisel, daha etkileşimli ve daha sosyal. Markaları temelde sadece mesaj, görsel ve '360 derece fikirler' üzerinden yaratmak artık işe yaramıyor."

ARTIRILMIŞ YARATICILIK

Günümüzde modern marka fikirlerin özünde omni-channel olmalı. Bu da kültürü, deneyimi ve teknolojiyi harmanlayabilmek için içgörü ve yaratıcılıktan faydalanmak anlamına geliyor. Geometry'de biz buna 'artırılmış yaratıcılık' adını veriyoruz. Yani insanları harekete geçirmek üzere düşünülmüş, deneyime izin veren, tam olarak doğru an için tasarlanmış olan fikirler."

Mobil harcamalar artıyor

Türkiye Mobil Reklam Harcama Araştırma Raporu'na göre 2017'nin ilk 6 aylık döneminde 554 milyon 470 bin TL düzeyinde mobil pazarlama harcaması gerçekleşti. 2018'in ilk yarısında ise bu harcama geçen yılın aynı dönemine oranla yaklaşık yüzde 23 büyümeyle 681 milyon 670 bin TL'ye ulaştı. MMA Türkiye ve MENA Bölge Direktörü Melis Ertem, mobil pazarlamanın yıl sonunda 1,3-1,4 milyar TL büyüklüğe ulşmasını 2019'da ise bu büyümenin çift haneli şekilde devam edeceğini öngördüklerini belirtiyor ve saptamalarına şöyle devam ediyor:

MOBİL NÜFUS

"We are Social 2018 raporu verilerine göre Türkiye'de yetişkin insanların yüzde 98'i cep telefonu kullanıyor. Bunların yüzde 77'si akıllı telefon kullanıcısı. Ülkemizde, nüfusun yüzde 67'sine tekabül eden 54 milyon internet kullanıcısı var ve bunların 51 milyonu, yani nüfusun yüzde 62'si internete telefonlarından bağlanıyor.

DOĞRU HEDEF

Akıllı telefonların, internete bağlı cihazların ve giyilebilir teknolojilerin artmasıyla, tüketiciler ilgilendikleri kampanyaları farklı mecralardan takip edebilir, markalar da aynı şekilde doğru kişileri hedefleyebilir duruma geldi.

ETKİN BÜTÇE KULLANIMI

Mobil alanda yeni çıkan sosyal mecra ürünlerinin denenmesi ve adaptasyonu en yüksek ülkelerin başında Türkiye geliyor. Mobil pazarlama tarafında yakın dönemde göreceğimiz yatırımların datayı efektif kullanma üzerine, doğru kitleye, doğru zamanda doğru mesajı göstererek bütçeleri daha etkin kullanma tarafında olacağını ve teknoloji tarafında ise yapay zeka kullanımının artacağını tahmin ediyoruz."

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ ÜRETİM İÇİN HIZLI HABERLEŞME ŞART

Sanayi 4.0 evresinde global rekabetin gerisinde kalmamak adına kritik önem taşıyan kişiselleştirilmiş üretim için endüstriyel haberleşme hızının çok yüksek olması gerekiyor. CLPA (CC-Link Partner Association) Türkiye Müdürü Tolga Bizel, CC-Link teknolojisi sayesinde fabrikalardaki tüm üretim hattının saniyede bir gigabit hızla haberleşebildiğini söylüyor.

Yeni nesil kontrol ve haberleşme teknolojisi CC-Link (Communication&Control Link) kullanıcıları ve CC-Link uyumlu ürün üreticilerinden oluşan CLPA'nın (CC-Link Partner Association) Türkiye Müdürü Tolga Bizel, sanayicilerin kişisel tercihlere hızla yanıt veren verimli üretim bantları kurarak rekabette avantaj sağlayabilmesi için dijital dönüşümlerini gerçekleştirmeleri gerektiğine dikkat çekti.

10 kat hızlı iletişim

Geleceğin haberleşme üzerine kurulacağını ve fabrikalarda robotlar dahil tüm sistemin birbiriyle haberleşmesi gerektiğini söyleyen Bizel, şunları aktardı:

"Akıllı fabrikalarda, veriler, çok sayıda cihaz tarafından gerçek zamanlı olarak oluşturularak süreçlerin şeffaf bir şekilde görüntülenmesini sağlamak üzere paylaşılıyor. Bu sürecin başarısında bant genişliği önemli ve bu noktada devreye CC-Link IE giriyor. Saniyede 100 megabit ile haberleşebilen endüstriyel haberleşme sistemlerinden 10 kata kadar daha hızlı olan CC-Link IE, saniyede bir gigabit ile haberleşme imkanı sunuyor."

Maksimum verimlilik

Fabrikaların bazı bölümlerinde milisaniyeler içinde haberleşmek gerektiğini belirten Tolga Bizel, CC-Link IE gibi bir altyapısı olmayan üretim tesislerinin sürekli değişen ve kişiselleşen taleplere hızlı yanıt vermelerinin zorlaştığını vurguladı. CC-Link IE teknolojisinin, çok hızlı iletişim sağlayarak maksimum verimliliğe imkan tanıdığını anlatan Bizel, şunları söyledi:

"CC-Link IE, fabrika otomasyon teknolojileri üreticilerinin saha kısmındaki ürünlerinin birbirleriyle haberleşmesi için çok güçlü bir platform oluşturuyor. Farklı üreticilere ait cihazların genel bir ağ üzerinde serbestçe iletişim kurabilmesini sağlayacak kapasiteye de sahip."

Sanayi 4.0'ın geniş çaplı bir biçimde benimsenmesinin ve sosyal paydaşlar arasında iş birliği sağlanmasının son derece önemli olduğunu ifade eden Bizel, "Farklı ülkelerden üreticiler, kamu otoriteleri ve STK'lar bir araya gelerek etkili bir çerçeve oluşturabilir. Bu misyonla hareket eden CLPA, şirketlerin yeni nesil ağ oluşturma teknolojilerini uygulamalarına yardımcı olarak Sanayi 4.0'a geçişlerini kolaylaştırmayı hedefliyor" dedi. Bizel, şirketleri detaylı bilgi almak için CLPA Türkiye temsilciliği ile iletişime geçmeye davet etti.

CLPA üyelik türleri ve başvuru formu için https://eu.cc-link.org/tr/clpa/members

Advertorial

THOMAS FREY

Dijital ikizler hayatımızı nasıl etkileyecek?

Dijital bir ikiz, gerçek dünyadan fiziksel bir ürünün, binanın veya kişinin sanal temsili anlamına geliyor. Aslına bakarsanız fiziksel dünyada mevcut olan her şeyin bir dijital ikiz kopyası çıkarılabilir.

Dijital ikizler yöneticilere ürünlerin veya süreçlerin gerçek zamanlı olarak nasıl çalıştığı hakkında eşsiz içgörüler sunuyor. Ancak şirketler hayata geçirilmesi oldukça karmaşık olduğu için şimdilik onunla kucaklaşmakta yavaş kalıyor.

Ne zaman bir tartışmada dijital ikizler konusunu gündeme getirsem, genellikle boş boş bakışlarla ve tuhaf yüz ifadeleriyle karşılaşıyorum. Geldiğimiz noktada bu kavram, pek iyi bilinmiyor. Ancak gelecek yıllarda günlük yaşamımızın bir parçası olacak.

Yakın gelecekteki uygulamalar

1 Akıllı ev yönetim merkezleri

Nesnelerin internetinin (IoT) yepyeni yollardan evimize girmesiyle artık yaşam tarzlarımızı yönetmek için merkezi bir yönetim birimine sahip olmak kaçınılmaz.

Modern bir evin tipik olarak birbirinden bağımsız parçaları arasında güvenlik sistemleri, kablo TV, güneş panelleri, su tesisatı, yangın söndürme sistemleri, ısıtma ve soğutma teçhizatları var. Önümüzdeki on yıl boyunca ev sahiplerinin çoğu, zaman içinde merkezi yönetim sistemlerine geçecek. Evlerimiz geleceğe yönelik taleplerle başa çıkılmasında kritik bir rol üstlenecek yaşayan akıllı organizmalara dönüştükçe dijital ikiz teknolojisi de vazgeçilmez bir bileşen olacak.

2 Cihazların takibi

Her gemide, uçakta veya enerji santralindeki bir türbinde dijital olarak kopyalanma potansiyeli vardır. Dijital ikizlerin tek ve en büyük sorunu aynısının her cihaza uygulanamamasıdır. Diğer ifadeyle üretilen her bir ürün ve onu yaratan süreç için yeni bir dijital ikize gerek duyulur. Bu bilhassa üretime insan faktörünün dahil olduğu süreçlerde geçerlidir. Fiziksel dünyanın sanal eşleşmesini üretebildikten sonra artık hemen veri akışları ve takip sistemlerini analiz etme kabiliyetine kavuşarak arızaların daha oluşmadan önü kesebilir, üretim kesintilerini engelleyebilir, yeni fırsatları ortaya çıkarabilir.

3 Uzaktan kumandalı robot teknolojisi

Giderek artan seviyede ayrıntılar veren takip cihazları, yeni kapasite olanaklarımızın yeniden tanımlanmasında atılan ilk adımdır. Biz bu süreçte çabucak takipten kontrole geçeceğiz. Zaman içinde "kamyon konvoylama", "uzaktan destek", "uzaktan çalıştırma" ve "acil durum uzaktan yönetimi" gibi kavramlar uzaktan kumandalı robot teknolojisi sayesinde günlük kullandığımız terimler olacak.

4 Akıllı bir şehrin yönetimi

Şehirler çok yakında kendi topluluklarının dijital modellerini yaratmak için drone filolarına sahip olacak. Tarayıcılar, sensörler ve çözünürlükler daha da iyileştikçe şehirler kendi sokaklarının, mahallelerinin ve etkinlik merkezlerinin işlevsel dijital ikizlerini yaratmakta her geçen daha fazla yol kat edecek.

En yoğun metro alanları üstünde her gün vızıldayan binlerce drone görmek başlangıçta taciz edilme hissi yaratabilir. Ancak yeni iş alanları, işler, bilgiler, veri analizleri, yeni kariyer yolları ve gelir akışları kombinasyonuyla birlikte bu "istemeyizcilerin" çoğu güçlü birer endüstri avukatına dönüşecek.

Ancak dijital ikizler, şehirler için

yukarıda görülebilenden çok daha fazlasını yapacak. Bu aslında her enerji hattının, trafo merkezinin, trafik kontrol ağının, kanalizasyon sisteminin, su şebekesinin, acil durum hizmetlerinin, otobanların, güvenlik sistemlerinin ve çok daha fazlasının dijital ikizleri olacağı anlamına geliyor.

5 Fiziksel dünya için arama motorları

Çevrimiçi arama teknolojileri bizim aradığımız şeyleri bulma yeteneğimiz hakkında düşünme sistematiğimizi adamakıllı değiştirdi.

Aranabilir evrenimizi tanımlamak söz konusu olduğunda ileride bugünün web gezginlerinin yaptığı işin çoğunun yerini insansız hava uçaklarıyla sensörler alacak.

Gelecekte arama teknolojileri açık ara farkla çok daha gelişmiş olacak. Çok yakında kokular, tatlar, harmonik titreşimler, dokular, özgül ağırlıklar, yansıtma seviyeleri ve barometre basınçları gibi geniş bir yelpazede yer alan nitelikler üzerinden arama yapabilir hale geleceğiz. Arama motorları zaman içinde dijital veya fiziksel dünyadaki neredeyse her şeyi bulma kapasitesine kavuşacak.

6 Sağlık ve fiziksel performansımızın takibi ve iyileştirilmesi

Peki, kendi vücudumuzun tam anlamıyla işlevsel ikizini görmemiz ne kadar zaman alacak?

Daha şimdiden elimizde 3D lazer tarayıcılar, radyografi, ekografi, MRI ve daha pek çoğu gibi vücudumuzun hem içinden hem dışından dijital haritasını çıkarabilen birçok araç var. Ayrıca artan sayıda giyilebilir teknolojinin yanı sıra vücudumuzda neler olup bittiğini takip eden hem vücuda tutturulmuş hem içine gömülmüş sensörler var.

Bu bağlamda ben damarlar ve atardamarlardaki kan dolaşımını izletebilen, kas bükülmelerini, kalp çarpıntılarını, sindirim sisteminde besinlerin ve suyun ilerlemesini, bezeleri, folikül hücrelerini, yağ dokularını, organları ve tat alma organını her geçen gün daha ayrıntılı seviyelerde olmak üzere kendi ekseni etrafında döndürülebilen ve yakın plandan bakılması için büyütülebilen eksiksiz dijital görüntülerini çıkarabileceğimiz günün hayalini kuruyorum.

Ardından son olarak holografik ekranlar yaratarak ilişkisel bakış açıları kazanma yeteneğine kavuşacak ve sebep-sonuç ilişkileri kurma becerimizi artıracağız.

7 Beyin ve akıl performansımızın takibi ve iyileştirilmesi

İnsan beyni halen evrenin en karmaşık mucizelerinden biridir ve dijital bir ikiz yaratmak için gelecek nesil süper bilgisayarlara ve beyin araştırmacılarıyla bilgisayar mühendisleri arasında inanılmaz boyutta iş birliklerine gerek var.

Bu amaçla HP, memelilerin beyninin dijital bir modelini çıkarma hedefiyle Mavi Beyin Projesi'ni başlatmak için İsviçre'nin Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne adlı kuruluşuyla birlikte çalışıyor. Hedefinde sınırsız sayıda simülasyona ve deneye temel olma işlevi görecek bir beyin modeli geliştirmek yatıyor.

Bu gibi deneyler için sadece devasa miktarlarda işlemci gücü değil ama aynı zamanda beynin kendi bilinçli ve bilinçsiz hafızalarının yanı sıra vücudun geri kalanına yönelik işlevsel sorumluluklarını da organize etme ve onlarla iletişime girmesiyle ilgili eşsiz tekniklerinin simülasyonunu yapacak hesaplama yaklaşımları da gerekli. Ancak içiniz müsterih olsun ki "beynin yansımasını" yaratmak halen bilim kurgunun ihtisas alanına giriyor. Ancak buna rağmen gelecek on yılın olasılıkları arasında.

Son düşünceler

Bir bütün olarak bakıldığında bugün kullandığımız arabalar, aslında tam 120 yıldır sürekli geliştiriliyor. Arabaların bu kadar iyi hale gelmesi işte bu kadar uzun bir süre aldı. Biz gelişen teknolojilerimizle birlikte daha iyi bir duruma gelmeden önce pek çok çetrefilli aşamayı ardımızda bırakarak sıkı çalışmalıyız.

Aynı zamanda dünyadaki fiziksel her şeyi kapsayan dijital bir altyapı da oluşturuyoruz. Bu dijital ikiz fikrinin bir diğer formudur ve her ikisi önünde sonunda aynı çizgide buluşacaktır. 2022 yılına gelindiğinde böylece hız kazanan tüm IoT platformlarının yüzde 85'inin içinde bir tür dijital ikiz gözetleme programı olacak ve birkaç şehir, dijital ikizli akıllı şehir teknolojilerinin fayda değerini kanıtlamakta başı çekecek. C

CMO'LARI NE BEKLİYOR?

"Türkiye'nin En Başarılı 30 Pazarlama Yöneticisi" araştırması, Capital Dergisi tarafından bu yıl 18'inci kez gerçekleştiriliyor. Araştırma, 2018 yılında başarılarıyla dikkat çeken üst düzey pazarlama yöneticilerini ortaya koyuyor. Pazarlama alanında Türkiye'nin en önemli akademisyenleri ve Capital CMO Club üyelerinin oylarıyla belirlenen pazarlama yöneticilerini 2019'da oldukça zor bir yıl bekliyor. En iyilerin pazarlama bütçelerinden yeni stratejilerine 2019 ajandalarını araştırdık.

ÖZLEM AYDIN AYVACI • oaydin@capital.com.tr

AHMET OLMUŞTUR
Pazarlama ve Satıştan Sorumlu GMY

THY'nin 85'inci yılı için gerçekleştirdiği aktiviteler, ünlü stratejisinin devamlılığı, Ridley Scott'ın Journey serisi, Lego uçak içi çizgi film iş birliği gibi uygulamaları başarılı bulundu.

1
THY

İSMAİL BÜTÜN
Pazarlamadan Sorumlu GMY

Şirketin geleneksel telekom şirketinden bir dijital deneyim sağlayıcısına dönüşme yolculuğunda büyük payı var. Turkcell bugün müşterilerinin gününün tamamına değer katan dijital deneyimler sunuyor.

2
Turkcell

TUNÇ BERKMAN
Pazarlama GMY ve Mobil Ürünler Satış GMY

Gururla Yerli stratejisiyle "yerlilik" kavramına tekrar değer kazandırdı. Ayrıca bu stratejiyi destekleyen çeşitli aksiyonlar alarak markayı farklılaştırdı.

3
Vestel

DİDEM DİNÇER BAŞER
Dijital Bankacılıktan Sorumlu GMY

Tüketici algısında bankanın teknoloji, yenilikçilik ve müşteri odaklılıkla anılmasında büyük pay sahibi. Dijital mecralara özel projelerle büyük fark yarattı.

4
Garanti Bankası

DENİZ AKTÜRK ERDEM
Ürün ve Pazarlamadan Sorumlu GM. ve YKÜ

Yıl boyu 360 derece iletişimle çok üst seviye işlere imza attı. Markayı bir moda markası olarak konumlayacak reklam kampanyalarında influencer kullanarak algıyı yükseltti.

5
LC Waikiki

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

"2019 pazarlama yöneticileri için bir 'mihenk taşı' olacak. Yöneticinin kalibresi önümüzdeki yıl ortaya çıkacak, bu yılı markalarını büyüterek atlatanlar, gelecek yıllarda CEO'luğa doğru hızlı adımlarla ilerleyecekler.

Yöneticilerin gündemindeki en önemli konu, 2019 fırtınasını atlatıp, gemiyi sağ salim 2020 limanına getirmek olacak." Bahçeşehir Üniversitesi Pazarlama Yükseklisans Programları Koordinatörü Dr. Selçuk Tuzcuoğlu, bu sözleriyle 2019 için pazarlama yöneticilerinin ajandasının zorluğuna dikkat çekiyor.

Capital'in gerçekleştirdiği "Türkiye'nin En Başarılı 30 Pazarlama Yöneticisi" araştırması, işte böyle bir ortamda sonuçlandı. Listede, başarılarıyla öne çıkan liderler yer alırken Capital, en başarılı 30 yöneticinin 2019 planlarına odaklandı.

ZİRVEDE BÜYÜK DEĞİŞİM

2018 yılının en başarılı pazarlama yöneticisi THY Pazarlama ve Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Ahmet Olmuştur seçildi. Başarılı performansıyla THY'yi bir dünya markası olarak konumlandıran Olmuştur, geçen yıl 10'uncu sırada yer almıştı. Olmuştur'u Turkcell Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı İsmail Bütün izliyor. Geçen yılın birincisi başarılı yönetici Vestel Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı ve Mobil Ürünler Satış Genel Müdür Yardımcısı Tunç Berkman, bu yıl listede yine ilk 3 içinde kendine yer buldu. Onun hemen ardından gelen isim ise Garanti Bankası'nı "Türkiye'nin dijital bankası" olarak konumlayan Garanti Bankası Dijital Bankacılıktan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Didem Dinçer Başer. Beşinci sırada yer alan LC Waikiki Ürün ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür ve Yönetim Kurulu Üyesi Deniz Aktürk Erdem de bu listede çok kez yer alan deneyimli liderlerden biri. Erdem, "Müşteriyi anlamak konusunda tüm araştırma

ARAŞTIRMA NASIL YAPILDI?

✔ Pazarlama dünyasının önde gelen akademisyenlerinin önerileriyle 2018'deki pazarlama faaliyetleriyle öne çıkan 73 kişilik geniş bir aday listesi belirlendi.

✔ Ankete dönüştürülen aday listesi, Türkiye'nin önemli pazarlama akademisyenlerinden ve Capital CMO Club üyelerinden oluşan geniş bir kitle tarafından, web ortamı üzerinde oylandı.

✔ Anketin katılımcılarına, "2018'de başarılı bulduğunuz ilk 5 pazarlama yöneticisini önem sırasına göre işaretleyiniz ve 'Bu ismi neden başarılı bulduğunuzu' kısaca yazınız" dendi.

✔ Anket katılımcılarına, kendi adaylarını ekleme hakkı da tanındı. ("diğer" seçeneğiyle)

✔ Toplam 218 geçerli oyun kullanıldığı anket, ağırlıklı puan ortalaması kullanılarak değerlendirildi. Her bir adayın aldığı ağırlıklı puanlar, öne çıkan ilk 30 adayın aldığı toplam ağırlıklı puana oranlanarak oyların yüzdesel dağılımı hesaplandı.

ENGİN AKSOY
İcra Kurulu Başkan Yardımcısı

Markasının güçlü ve lideri zorlayan ikinci konumunu güçlendirerek sürdürdü. Abone bazlı pazar payına nazaran gelire göre pazar payında lideri çok daha yakından izliyor.

6

Vodafone Türkiye

YALÇIN SEZEN
Genel Müdür Yardımcısı

Özellikle sosyal medya platformlarında yürüttüğü içerik ve kampanya yönetimiyle müşteri ilişkileri yönetimi çalışmaları çok ses getirdi. Dijitali en iyi kullanan yöneticiler arasında.

7

Türkiye İş Bankası

SERPİL BERKAN
Pazarlama Direktörü

Serenay Sarıkaya ve Kıvanç Tatlıtuğ gibi iki güçlü ünlü kullanımıyla markanın 'cool' imajını perçinledi. Mavi'yi ikonik marka yapma yolunda hızla ilerliyor.

8

Mavi

BARIŞ SÖNMEZ
Pazarlama Direktörü

Dijitaldeki kampanyalarla yeni büyüme alanı olan Anadolu'da yüzde 75 büyümeye imza attı. Sahip olduğu büyük veriyi tüm iş süreçlerinde ve iletişimde büyük ustalıkla kullandı.

9

Yemeksepeti.com

BÜLENT OĞUZ
Perakende Bankacılık GMY

Tüketicinin karşısına gündelik hayatını geçirdiği mecralarda, doğru zamanda ve doğru tekliflerle çıkıyor. İleri analitik becerisiyle banka 2018'de çok daha yüksek sayıda müşteriye ulaştı.

10

Akbank

LEGRABOX – hareketin zarafeti

LEGRABOX, dizayn seçeneği LEGRABOX free ile şimdi artık daha fazla tasarım özgürlüğü sunuyor. Örneğin cam, ahşap veya taş malzemeden büyük geçme elemanları kişisel bir stil oluşturulmasını sağlıyor.

www.blum.com/legrabox

blum®

sektörü kapsamında rekabetçi bir protokol oluşturduk. Müşterideki değişimi eş zamanlı hissedebilmek kritik ve ayırt edici bir faktör. Yönetim kurulu başkanımızdan mağazadaki ekiplerimize kadar öncelik alanımız iletişim" diyor.

Hayat Kimya Strateji ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Aysel Aydın da listeye üst sıralardan döndü. Aydın, "Alışveriş sepetlerinde ve alışkanlıklarda farklılaşmalar söz konusu. Bu gerçekliklerden ve araştırmalardan yola çıkarak onlara ulaşabileceğimiz yerlerin çerçevesini yeniden tasarlıyoruz" diyor.

"YOĞUN İLETİŞİME DEVAM EDECEĞİZ"

CEM RODOSLU
MİGROS PAZARLAMA VE YURT DIŞI OPERASYONLARDAN SORUMLU İCRA KURULU ÜYESİ

AİLE BÜTÇESİNE DESTEK

Pazarlama stratejimizi üç temel başlığa oturttuk. Türkiye'nin en çeşitli ve hesaplı ürünlerini barındıran kataloğumuz, özel markalı ürün portföyümüz ve çok kuvvetli kampanyalarımız var. 10 milyon üzerindeki kayıtlı müşterimiz, Money Club'ın onlara sunduğu özel indirimlerden ve kampanyalardan yararlanarak aile bütçesine katkı sağlıyor.

VERİYE GÖRE KARAR

Sporu teşvik eden kampanya çalışmalarımız devam edecek. Money Club'tan elde ettiğimiz data, ürün seçiminden raf dizilimine kadar birçok kararımızı etkilemeye devam edecek. İletişimin en önemli aracının mağazalarımız, çalışanlarımız ve raflarımızın olduğu bilinciyle 2019 pazarlama stratejimize yön veriyoruz.

ZOR BÜTÇENİN YÖNÜ

2019'a temkinli giren Vestel Ticaret A.Ş. Pazarlama GMY ve Mobil Ürünler Satış Genel Müdür Yardımcısı Tunç Berkman, "Vestel ekibi olarak daralan alanda daha akıllı çözümlerle tüketici etkisini maksimize etmeyi iyi biliyoruz. Bu nedenle artan bütçeler yerine azalan bütçelerle işimizi yönetmeyi öğrendik" diyor.

2019'a 2018'de Türk Lirası olarak yılın başında planladıkları bütçeye paralel bir bütçeyle başlamayı planladıklarını açıklayan Berkman, "Ancak 2019'un ilk 4 ayını gördükten sonra ihtiyaç halinde bütçe daralmasına gidebiliriz. Perakendenin 2019'da büyümeyeceğini hatta daralacağını biliyoruz. Bu verilere dayanarak 2019 bütçesinde şimdilik büyüme öngöremiyoruz" diye konuşuyor.

Türk Telekom Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Hakan Dursun da 2019'da temkinli ilerleyecek başarılı pazarlama yöneticilerinden biri. Dursun, "2019 yılı için somut geri dönüş alacağımız pazarlama harcamalarını önceliklendirdik. Efektif pazarlama yatırımı yapmak ve

CEM RODOSLU
Pazarlama ve Yurt Dışı Op. İcra kurulu Üyesi

Her sosyo-ekonomik gruba hitap eden pek çok farklı projeyi birlikte yürütme becerisiyle öne çıkıyor. Her pazarlama aracını ustalıkla kullanıyor.

11 **Migros**

SERKAN ÜLGEN
Perakende Bankacılık GMY

Bankanın ürünlerini, teknolojik yeniliklerini, doğru zamanda ve cesurca uygulamalarla duyurdu. Son dönemde reklamlarındaki ünlü kullanımıyla ilgili krizi de etkin bir hamle ve usta bir dille yara almadan atlatmayı bildi.

12 **Yapı Kredi**

TUNA UĞUN
Pazarlamadan Sorumlu GMY

Geçen yıl listede 30'uncuydu, hızlı yükseldi. Müşteri odaklı pazarlama stratejisiyle başarısını sürdürdü. Dijitalleşmede de liderliğe oynuyor.

13 **Anadolu Hayat Emeklilik**

AYSEL AYDIN
Strateji ve Pazarlama Başkan Yardımcısı

2018'in en hızlı tüketim ürünleri pazarlama yöneticilerinden biriydi. Tüketici istemeden ona arzuladığı pek çok yeni ürünü sundu. İletişimde YouTube'da çok etkili bir performans sergiledi.

14 **Hayat Kimya**

ZEYNEP YALIM UZUN
Pazarlamadan Sorumlu GMY

145 ülkede 12 markadan oluşan bir portföyü yönetiyor. Pazarlama ve ürün inovasyonlarının başarısı pazarda ona liderlik gücü getiriyor.

15 **Arçelik**

GÜRAL PORSELEN

“ Özenle ve sevgiyle kurulan masalarda yeni yılda buluşmak dileğiyle ”

Mutlu Yıllar

Caroline Collection

bunun geri dönüşlerini takip etmek bu yıl her yıl olduğundan daha önemli" diyor.

DİJİTALİN EN GÜÇLÜ YILI OLACAK

2019'un dijital mecraların pazarlama bütçelerinden en büyük payı alacağı yıl olacağına kesin gözüyle bakılıyor. İTÜ İşletme Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Şebnem Burnaz, şöyle anlatıyor: "Bir yandan ekonomik baskı diğer yandan değişen tüketici dijital pazarlamayı öncelikli hale getiriyor. Bugünden ekonomik kriz algısı nedeniyle bütçeler kısıldı."

Yıldız Teknik Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. İbrahim Kırcova da göreli olarak daha küçük bütçelerle, ölçülebilen sonuçların alındığı dijital mecralara bu dönemde rağbetin artacağını öngörüyor.

Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Didem Dinçer Başer, "Dijitaldeki yoğunluğumuz artacak. Kitlesel ürün ve hizmetlerimizde TV kullanımımıza devam edeceğiz" diyor.

Arçelik Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Zeynep Yalım Uzun, bütçelerinin artacağına dikkat çekerken dijitalin payının yükseleceğini söylüyor ve planlarını şöyle açıklıyor: "Dijital pazarlama bütçeleri artıyor. Çok kanallı müşteri deneyimi önem kazandı. Müşterilerimize her kanalda aynı deneyimi yaşatmaya çalışıyoruz."

BÜTÇE ARTIRANLAR

2019'da önemli bütçe artışları planlayan pazarlama yöneticileri de var. Tadım Pazarlama Direktörü Zeynep Göçmen, 2019'da pazarlama bütçelerini yüzde 30 artırmayı öngördüklerini belirtiyor. Göçmen, "Yeni ürün geliştirme çalışmaları, etkin iletişim ve farklı satış kanallarıyla büyüyeceğiz" diyor.

Mavi Pazarlama Direktörü Serpil Berkan da 2019'da

"EN İYİ DİJİTAL DENEYİM ODAĞIMIZ SÜRECEK"

İSMAİL BÜTÜN
TURKCELL PAZARLAMADAN SORUMLU GMY

DİNAMİK BÜTÇELEME

Bütçe çalışmalarımız devam ediyor. Dinamik bütçe yönetimi yapıyoruz ve bu bize müthiş esneklik katıyor. Türkiye'nin en çok tercih edilen dijital servislerini portföyünde tutan şirket olarak planlamalarımızı yaparken kendi mecralarımızın doğru yönetimi ve kullanımı da çok önemli. Dijital mecralar artık vazgeçilmez ama geleneksel mecraların da gücü devam ediyor.

BÜYÜK DÖNÜŞÜM

Üç buçuk yıl önce dijital dönüşüm yolculuğa çıktık ve geleneksel telekom şirketinden bir dijital deneyim sağlayıcısına dönüştük. Müşterilerimizin gününün tamamına değer katacak farklı servisler için çalışıyoruz. 2019'da da en iyi dijital deneyimi sağlama odağımız ve ürün çeşitliliğimizi artırma çalışmalarımız hız kesmeyecek.

AYSUN KARABIYIK SARIKAYA
Pazarlama Direktörü

Globalde de hızlı büyüyen şirketin Türkiye'deki pazarlamasını ve iletişimini kusursuzca yönetiyor. Pazar payında 2018'de de önemli başarı sağladı. En iyi kullanıcı deneyimi hikayesiyle fark yaratıyor.

16
Lenovo Türkiye

SENEM SADIKLAR
Türkiye Pazarlama, Müşteri Hizmetleri ve Mağaza Kurulumundan Sorumlu GMY

Anlık aksiyonlarıyla çok başarılı. Markanın gücünü yaptığı pazarlama ve iletişim kampanyalarıyla her yıl perçinliyor. Dolu yağdığında yaptığı 'kilim' ilanları yılın en ses getiren işlerindendi.

17
İkea Türkiye

ZEYNEP DİPÇİN AKDOĞAN
Pazarlama Başkanı

Türkiye'nin en yenilikçi gıda markalarından biri olan Eti'nin sihrini bozmadan başarıyı sürdürüyor. Markanın adını dünya çapında duyuran yenilikçi ürünlerde payı var.

18
Eti

BURAK BASMACI
Satış ve Pazarlama GMY

Toplumun hassas olduğu kadın hakları ve Atatürk sevgisi konularında sosyal sorumluluk üstlenerek büyük beğeni kazanan işlere imza atıyor. "Filli Boya"nın Türkiye'nin en sevilen markalarından biri olmasını sağladı.

19
Betek Boya

GÖKHAN MENDİ
Genel Müdür Yardımcısı

Bankayı dijitalde de tüketici algısında da öne çıkardı. CEPTETEB, 16'ncı Altın Örümcek Web Ödülleri'nde iki ödül birden aldı. "En Erişilebilir Mobil Uygulama" ve bankacılık ve finans kategorisinde "Mobil Uygulamalar" birincisi oldu.

20
TEB

SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEK İÇİN LİDERLER ZİRVESİ

Sürdürülebilirlik
Gelecek
Nesillere Vaadimiz

YILDIZ ★ HOLDING

Konuşmacılar

ÖMER BOLAT

ÜMİT BOYNER

MEHMET BÜYÜKEKŞİ

BEGÜMHAN DOĞAN FARALYALI

ABDURRAHMAN KAAN

ALİ ÜLKER

Tarih: ***19 Aralık 2018***
Yer: ***Fairmont Quassar, MECİDİYEKÖY***
Program ve kayıt için: ***www.surdurulebilirliderlikzirvesi.com***

"2019'DA GÜNDEMDE TASARRUF VE İHRACAT OLACAK"

BÜLENT OĞUZ
AKBANK PERAKENDE BANKACILIKTAN SORUMLU GMY

VERİM ARTTI

Analitik becerinin artmasıyla birlikte günümüzde bir birimlik pazarlama bütçesinden alınan verim geçmişe göre çok daha yüksek seviyelere ulaştı. Artık ileri analitik becerimizle çok daha yüksek sayıda müşterimize ulaşıyoruz.

KATMA DEĞER ÖNE ÇIKACAK

Önümüzdeki yıllarda katma değerli hizmet sunan bankalar ciddi rekabet avantajı sağlayacak. En önemli gündem maddeleri 'tasarruf" ve 'ihracat' olacak.

pazarlama bütçelerini artıracaklarını söylüyor. Berkan, şöyle anlatıyor: "İletişimde süreklilik öncelikli stratejimiz. Reklam, PR, dijital, CRM… Tüm kanallarda pazarlama faaliyetlerini artırarak devam etmeyi planlıyoruz. Yılda 1 milyonun üzerinde yeni müşteri kazanma hedefimiz de sürecek."

ANALİZ ÖNEM KAZANACAK

2019'da ajandalarda tüketici nabzını en doğru şekilde tutmanın önemi arttı. Tuncer &Partners Kurucusu Özgür Tuncer, "Satın alma gücünün ve güven endeksinin düştüğü, pazarlamacının en büyük zorluğu, müşteri davranışlarını ve segmentasyon modellerini bıkmadan yeniden ve yeniden analiz edebilmesi olacak" diyor. Bahçeşehir Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Elif Yolbulan Okan, bu konuya dikkat çekiyor ve "Pazarı iyi analiz eden pazarlamacılar ürün ve hizmetleri için yeni kullanıcılar veya ürün ve hizmetleri adına yeni kullanım alanları keşfedebilirler" diyor.

Pınar Süt Pazarlama Direktörü Serpil Veral, 2019 yılında da pazarlama yatırımlarına kesintisiz devam edeceklerini söylerken "Geleneksel ve dijital mecraların yanı sıra satış noktası iletişimi her zamankinden daha fazla önem kazanacak" diyor.

Anadolu Hayat Emeklilik Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Tuna Uğun, müşterileri ve müşteri adaylarını tanımanın önemine dikkat çekiyor ve "Kişiselleştirilmiş ve katma değeri yüksek ürünleri sunmak, pazarlama stratejilerimizin temelini oluşturacak" diye konuşuyor.

Yemeksepeti Pazarlama Direktörü Barış Sönmez de ajandasında verinin önemine dikkat çekiyor ve şöyle anlatıyor: "Başarıyı devam ettirmek için büyük veriyi tüm iş süreçlerimizde ve iletişimimize entegre etmeye önem veriyoruz."

ZEYNEP GÖÇMEN
Pazarlama Direktörü

Markanın ambalajlarından diline her şeyini yeniledi, gençleştirdi. Gerek yeni ürünleri gerekse yeni iletişim çabalarıyla sektöründe sıra dışı işlere imza attı. Listeye güçlü bir giriş yaptı.

21 Tadım

ELİF GÖKTAŞ
Pazarlama Direktörü

McDonald's'a geçer geçmez fark yaratan yenilikçi pazarlama yaklaşımını gösterdi. Restoranları daha keyifli ve dijital deneyim yaşanacak yerler haline getirdi.

22 McDonald's Türkiye

HAKAN DURSUN
Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı

Türk Telekom'u gençleştiren pek çok projeye imza attı. Bir yandan start up'ları desteklerken öte yandan gençlik markası Selfy ile dünyada ilk defa bir telekom şirketiyle yapılan proje kapsamında mobil aboneler Google Play kredisine erişti.

23 Türk Telekom

SERPİL VERAL
Pazarlama Direktörü

Süt ve süt ürünleri sektöründe pek çok ilki hayata geçirdi. Pınar Protein Süt ve Yoğurt pazarda önemli bir başarı elde etti, kefir kategorisine güçlü bir giriş yaptı.

24 Pınar Süt

YÜCE ZEREY
Pazarlama Grup Başkanı

Müşterilerini daha iyi tanıyarak onlar için alışverişi kolay ve pratik hale getirmenin yollarını sürekli geliştiriyor. Sektörü de büyütüyor ve mükemmel alışveriş deneyimi vaadinin en başarılı uygulayıcılarından.

25 Hepsiburada

Urban Serisi
Beton görünümüyle mekanlara
özgün ve zamansız şıklık katıyor
seramiksan

5 CMO'NUN AJANDASI

YALÇIN SEZEN / TÜRKİYE İŞ BANKASI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

MÜŞTERİ DENEYİMİ ODAKTA

İdeal müşteri deneyimini tüm süreçlerimizin odağına aldığımız bir iş yapış şeklimiz var. Müşterilerimizin yolculuklarında onlara eşlik edecek şekilde hareket etmeye çalışıyoruz. Veriye dayalı, mümkün olduğunca kişiselleştirilmiş çözüm önerilerimizin sunumuna ve tanıtımına yönelik çalışmalarımız pazarlama bütçelerimizde ağırlık teşkil edecek.

GÖKHAN MENDİ
TEB BİREYSEL VE ÖZEL BANKACILIK KIDEMLİ GMY

SIRA AÇIK BANKACILIKTA

2000'li yılların başından itibaren dijital bankacılığa ilk giriş yapan bankalardan biri olarak bu alandaki yatırımlarımıza 2019'da da devam edeceğiz. CEPTETEB ile öncülüğünü üstlendiğimiz dijitalleşme ve dijital bankacılık çalışmalarımız 2019 planlarımızın önemli bir bölümünü oluşturacak. Şimdi ise "Açık Bankacılık" dönüşümünü yaşamaya başlayacağız.

ELİF KAYPAK / COCA-COLA TÜRKİYE, KAFKASYA&ORTA ASYA PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

"DUYGUSAL BAĞI GÜÇLENDİRECEĞİZ"

Hedefimiz sunduğumuz içecek kategorilerinde markalarımızın duygusal bağını daha da güçlendirmek. Yeni tatları tüketicilerimizle buluşturmak için çalışıyoruz. Pazarlama yatırımlarımızı artıracağız. Tüketici odaklıyız, sürekli onları dinliyor, beklentilerini ve ihtiyaçlarını anlamaya çalışıyoruz.

BÜLENT KILIÇER / HONDA TÜRKİYE OTOMOBİL VE MOTOSİKLET GMY

"DARALMA YILINDA REKOR KIRDIK"

"2018, otomotiv sektörü için daralmanın yaşandığı bir yıl olurken Honda için rekor yılı oldu. Civic modelimizle ağustos, eylül ve ekim aylarında en çok satan modelin sahibi olduk. Honda için rekor olan yüzde 12,2'lik pay ile Ekim ayında lider konuma ulaştık. Pazarlama planlarımızı optimize ediyor, 2019'dan markamızın maksimum güçle çıkmasını sağlayacak şekilde harcamalarımızı kontrol ediyoruz.

ELİF GÖKTAŞ / MCDONALD'S TÜRKİYE PAZARLAMA DİREKTÖRÜ

"MÜŞTERİ STRATEJİNİN KALBİNDE"

"McDonald's olarak amacımız müşterimizin aklından geçeni kaliteli bir şekilde en iyi servisle en uygun fiyata tepsisine koymak. Tüketici araştırmalarımızla ve tüketici içgörülerini merkeze koyarak belirlediğimiz stratejilerimiz doğrultusunda bunu başarıyoruz. Bütçemiz de buna göre şekilleniyor.

İPEK ERSAVAŞ
Türkiye ve Kafkasya Pazarlama Direktörü
Sorumlu marka stratejisiyle öne çıkıyor. Neredeyse tüm markalarını bir iyilik hareketinin içinde konumluyor. Olimpik Anneler gibi projeleriyle özellikle sporu ve aileleri desteklemeye devam ediyor.
26 Procter&Gamble

ELİF KAYPAK
Türkiye, Kafkasya&Orta Asya Pazarlama Direktörü
Tüketici odaklı bir strateji izliyor. Değişen alışkanlıklara göre hem içerik hem mecra kullanımını yönetiyor. Yeni içerikler, zengin mecra kullanımı ve eşsiz hikayelerle fark yaratıyor.
27 Coca-Cola

BÜLENT KILIÇER
Otomobil ve Motosikletten Sorumlu Satış, Paz. ve Planlama GMY
Yaklaşık yüzde 30 daralan otomotiv pazarında akıllı hamlelerle şirketini büyütmeyi başardı. Ekimde binekte liderliği aldı. Özellikle üst segment otomobil alımlarını Honda'ya kaydırmayı başardı.
28 Honda Türkiye

MUSTAFA SEÇKİN
Dondurma, İçecek ve Gıdadan Sorumlu Başkan Yardımcısı ve YKÜ
Unilever Türkiye'deki gıda markalarının tüm pazarlama stratejileri, onun liderliğinde ilerliyor. Türkiye'nin yanı sıra Rusya, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Orta Asya ve Kafkasya'nın da sorumluluğunu üstleniyor.
29 Unilever

ÖZGÜR YÜCETÜRK
Pazarlama, Satış ve Satış Sonrası GMY
Ford'un, C segmentine 20 yıldır iz bırakan modeli Focus'u çok başarılı reklam kampanyalarıyla destekliyor. Geleceğin akıllı otomotiv dünyasında kuralları yazacak markalardan biri olma çabasını sürdürüyor.
30 Ford Otosan

A·101
HARCA
HARCA
BİTMEZ

8000
MARKET OLUNCA

DÜN, BUGÜN, YARIN
HEP UCUZ

YASEMİN ERDOĞAN

yerdogan@capital.com.tr

ÇAĞDAŞ DEMİRAĞ

TÜRK PETROLLERİ GENEL MÜDÜRÜ

İŞ FELSEFEM

İş hayatında daima "Nasıl yapabiliriz"i konuşmak önceliğim oldu. Gerçek başarıyı sağlamak için engeller yerine fırsatlara odaklanmamız gerektiğini düşünüyorum. Her dönemimde yeni bir şeyler öğrenmeye, bildiklerimi aktarabilmeye çaba gösteriyorum.

ÇOCUKLUĞUMDA

Hep başarılı bir yönetici olmayı hayal ederdim. Yaşam döngümde bu ülküde ilerliyorum.

MEZUN OLDUĞUMDA

Gerçekten mutlu olacağım bir iş hayal etmiştim. Sahada da yer alacağım, her günü aynı olmayan, içinde heyecan ve mücadele barındıran bir iş... Akaryakıt tam da böyle...

EN ÖNEMLİ BAŞARIM

Hayattaki en önemli başarım, yıllardır içinde bulunduğum yoğun iş hayatıma gereken özeni gösterirken, aynı zamanda birbirine sıkı bağlarla bağlı bir aile kurabilmiş olmamdır.

EĞİTİM YOLU

(1993-1999)
Bilkent Üniversitesi-Ekonomi

(1981-1992)
TED Ankara Koleji-Matematik

KARİYER YOLU

(1999-2001)
Yönetici ortak - **D&O Dış Ticaret**

(2001-2004)
Perakende Bölge Müdürü - **Petrol Ofisi**

(2006-2011)
Satış Müdürü - **BP Türkiye**

(2011-2014)
Genel müdür yardımcısı – **Kadoil**

(2014–2016)
Genel müdür - **Kadoil**

(2016 – …)
Genel müdür / YKÜ - **Turkuaz Petrol / Türkiye Petrolleri**

YAŞAM MOTTOM

"O kadar iyi olun ki sizi göz ardı edemesinler." (Born Standing Up kitabından)

KARİYER HEDEFİM

Kendi sektörümde tepe yöneticilerdenim. Bundan sonra önceliğim, çalıştığı kurum ve ekibindeki insanlarca iyi anılan, sektörde unutulmayacak izler bırakan yöneticilerden olmak.

BAŞARI FORMÜLÜM

Kendimi geliştirmenin tek koşulunun, eleştirilebilmek ve özeleştiri yapabilmek olduğunu düşünüyorum. Oysa insanların çoğu eleştiriden hoşlanmaz ve bu yüzden kendilerine hayran olurlar. Bu da başarının en büyük düşmanıdır.

EN ÖNEMLİ GÜNDEMİM

Şirketimiz, çalışanlarına ve topluma daha fazla nasıl katkı sağlarım, bunun peşindeyim. Aynı zamanda Turkuaz Petrol ve Türkiye Petrolleri'nin sağlıklı şekilde birleşme sürecini atlatması da önemli gündem konularımdan.

HOBİM

Özel hayatımda vaktimin tamamını kızıma ve aileme ayırıyorum. Onlarla vakit geçirmek adeta terapi gibi. Ailemden arda kalan zamanlarda ise seyahat etmeye çalışıyorum.

ZİRVE YOLU

Tırmanış

"ODAĞIMDA DİJİTAL İK VAR"

SAP GÜNEY EMEA İNOVASYON VE DİJİTAL İŞ HİZMETLERİ İK DİREKTÖRÜ HANDE GENÇ, "YAKINDAN İLGİLENDİĞİM KONULARDA ÇALIŞMAKTAN MUTLULUK DUYUYORUM. FARKLI KUŞAKLARLA BİRLİKTE ÇALIŞMAKTAN BESLENİYORUM" DİYOR.

Hande Genç, Boğaziçi Üniversitesi Psikoloji Bölümü mezunu. Yüksek lisansını, Marmara Üniversitesi İngilizce İşletme/ Örgütsel Davranış Bölümü'nde tamamladı. İş hayatına 2000 yılında Turkcell'de başlayan Hande Genç, kariyerine 2003'ten beri yazılım sektörünün küresel oyuncularından SAP'de devam ediyor. Nisan ayında şirketin Güney Avrupa, Orta Doğu ve Afrika (Güney EMEA) bölgelerinden sorumlu olmak üzere, inovasyon ve dijital hizmetler bölümleri İK direktörlüğüne atanan Genç'in ajandasındaki

en önemli madde, "dijital dönüşüm". Teknolojiden faydalanarak insana daha fazla dokunan İK süreçleri tasarlamaya odaklandığını belirten Genç, hedeflerini şöyle özetliyor:

"Şu an farklı kuşaklarla birlikte çalışmaktan besleniyorum. Dijital İK ve şirketlere katkıları, değişim yönetimi, liderlik, gibi yakından ilgilendiğim konular hakkında çalışmaktan mutluluk duyuyorum. SAP Türkiye içinde ve uluslararası arenada teknolojiden faydalanarak insana dokunan süreçler tasarlamaya devam etmek, yeni dönem liderlik anlayışını oturtmak hedeflerim arasında yer alıyor. Aynı zamanda Türkiye'deki gençlere mesleki anlamda katkıda bulunmaya ve kadınları daha fazla iş hayatında görmeye yönelik projelere devam edeceğim."

Yolculuk

"Hedefim, sürekli gelişim göstermek"

Boğaziçi Üniversitesi, Biyomedikal Elektroniği bölümünden mezun olan Hasan Demirci, kasım ayından beri Roche Diagnostik Orta Asya ve Kafkas Ülkeleri direktörlüğünü yürütüyor. Kariyerine 1992'de Boehringer Mannheim Türkiye'de satış ve servis mühendisi olarak başlayan Demirci, şu anda Kazakistan, Azerbaycan, Gürcistan, Türkmenistan, Özbekistan, Tacikistan ve Kırgızistan ülkelerinden sorumlu üst yönetici konumunda.

1 En önemli deneyimi

Dönüm noktalarından biri Roche Diagnostik çatısı altında İsviçre'de pazarlama hizmetleri başkanı olarak görev yapmamdı. Global bir rol üstlendiğim bu süreçte farklı kültürel mirasa sahip ekiplerle çalıştım. Bu tip bir deneyim, büyük resmi görebilme kabiliyetini güçlendiriyor.

2 Kariyer hedefi

Kariyer hedefim, yeni deneyimler edinmek, sürekli gelişim göstermek ve yeniliklere açık olmak üzerine kurulu. Başarı hedefim ise dijital dönüşüm süreciyle birlikte sektörümüzdeki değişime hızla adapte olmak ve teknolojinin kullanımıyla yeni iş fırsatlarına yatırım yapmak diyebilirim.

3 Gündemi

Kasım itibarıyla yeni bir görev üstlendim. Orta Asya ve Kafkas Ülkeleri direktörlüğüne atandım. Ajandamdaki en öncelikli konu, yeni gelişmekte olan bu bölgede yaşayan insanların en gelişmiş tanı teknolojilerinden yeterince faydalanabilmesini sağlamak olacak.

İşe alımların ana nedenleri

2017 (%)		2018
34,3	Çalışanların işten ayrılması	28,6
18,3	Yatırım planları	25,4
29,2	Firmanın büyümesi	23,8
29,2	Yeni becerilere duyulan ihtiyaç	23,8
28,5	Pazardaki büyüme	21,4
17,5	Yeni departman/ yeni ürün	14,3
25,6	İş modelinin çeşitlendirilmesi	9,5
11,7	Çalışanların emekliliğe ayrılması	4,8
6,6	Diğer	2,4

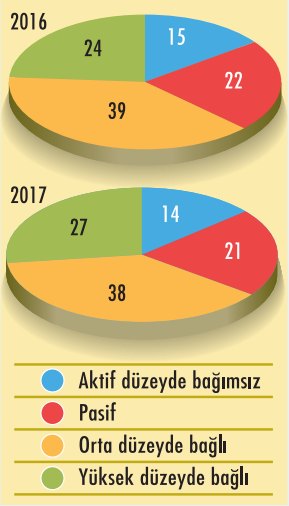
Kaynak: Randstad İK Trendleri ve Ücret Raporu, Türkiye 2018

Departmanlara göre işe alım planları (%)

	2017	2018
Satış	60,2	34,1
IT/Teknoloji	25,8	26,2
Muhasebe/finans	31,3	23,0
Pazarlama/iletişim	28,1	19,0
Mühendislik	18,0	18,3
İK/eğitim/geliştirme	14,1	18,3
Üretim	10,2	15,9
Satın alma	7,8	8,7
Hukuk	7,0	3,2
Diğer	15,6	9,5

Kaynak: Randstad Türkiye İK Trendleri ve Ücret Raporu, 2018

Küresel çalışan bağlılığı ne düzeyde (%)



Kaynak: AON Küresel Çalışan Bağlılığı Raporu, 2018

KRİTİK BÜTÇE!

Pek çok büyük holding 2019 bütçesini henüz hazırlamadı. En geç aralık sonu ya da 2019 Ocak'ta tamamlanması hedeflenen bütçe planları, ağustos ayı sonrası yaşanan belirsizlikler nedeniyle geç kalmış durumda. CEO'lar, bu yıl en çok kurları tahmin etmekte zorlandıklarını belirtirken bütçede risklere ve mevcudu korumaya odaklanıyor.

Bütçe yöntemlerinde "zero based" denilen sıfır tabanlı bütçelerin ağırlığı dikkat çekiyor, en çok nakit akışını ve maliyetleri kontrol etmek için çaba gösteriliyor. Farklı ciro ve kur senaryolarına göre hazırlanan bütçelerde, dış finansmanda azalmaya gitmek de öncelikler arasında.

"KURU ÖNGÖREMEDİĞİMİZ İÇİN BÜTÇE yapamadık. Ancak aralık sonunda bütçemiz netleşir." Bu sözler, Alarko Holding Genel Koordinatörü Ayhan Yavrucu'ya ait. Belirsizlikten dolayı bütçe yapmakta zorlandıklarını söyleyen Yavrucu, "İlk kez bu yıl bütçe yapamadığımız için 2019'da çalışanlara ne kadar zam yapacağımızı bilmiyoruz" diyor.

Diğer holding CEO'ları da bütçe yapmakta benzer sıkıntıları yaşıyor. Ekonomide yaşanan ani değişimler ve kurlardaki belirsizlik, 2019 bütçe hazırlıklarının aralık ayı sonuna ertelenmesine neden oldu. Önceden bütçe yapanlar da bütçelerini revize ediyor.

Akkök Holding CEO'su Ahmet Dördüncü, kurlardaki ani değişimlerden dolayı 3 ayda 2 kez bütçe yapmak zorunda kaldıklarını belirtirken Esas Holding CEO'su Çağatay Özdoğru, dolar kurunu öngöremedikleri için 2019 bütçesinin ocak ayına sarktığını belirtiyor. Eczacıbaşı Holding CEO'su Atalay Gümrah ve Anadolu Holding CEO'su Hurşit Zorlu ise bütçelerini tamamlarken en fazla döviz kurundaki oynaklığa dikkat ettiklerini söylüyor ve riski minimize etmek için bütçede forward kur işlemine başvurduklarını belirtiyorlar.

Piyasalardaki nakit darlığı ve ödeme sıkıntıları da bütçe yapmayı zorlaştırıyor. Bütçe çalışmalarında "risk" almamayı esas alan ve en kötüyü öngörerek temkinli büyüme hedefi koyan bütçeler öne çıkıyor.

Yaptığımız bütçe araştırması CEO'ların yüksek volatiliteyle yaşamayı öğrendiğini, odaklarında riskleri iyi yönetip mevcut kârlılık, büyüme ve likidite seviyelerini muhafaza etmenin olduğunu gösteriyor.

● **AYÇE TARCAN AKSAKAL**
aaksakal@capital.com.tr

ARALIK SONUNA KALDI

2019 bütçesini henüz tamamlamayan gruplar arasında Borusan, Akkök, Yıldız Holding ve STFA gibi dev holdingler de var. Bu grupların büyük kısmı enflasyon, kur ve faiz oranlarını daha net görmek için aralık sonu ve 2019 Ocak ayını bekliyor.

Bütçe çalışmaları devam eden Yıldız Holding'in başkan yardımcısı

Ali Ülker, 2019 bütçesinin aralık sonunda biteceğini söylüyor. Özdilek Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Özdilek, bu yıl artan enflasyon ve kurlar nedeniyle bütçeyi daha titiz hazırladıklarını belirterek 2019 bütçesinin en erken aralık sonunda tamamlamayı planlıyor. Özdilek, "2019 bütçesinde yeni yatırım planlamıyoruz. Satışları ve borç ödemelerimizi daha dikkatli takip edeceğiz" diyor.

EY Türkiye Danışmanlık Hizmetleri Bölüm Başkanı Gökhan Gümüşlü, şirketler tarafında 2019 bütçe hazırlıklarının geçen yıllardan farklı olarak daha uzun sürdüğünü belirtiyor. Gümüşlü, "Piyasadaki belirsizlik ve değişkenlik devam ettiği sürece bütçe çalışmalarının yeni versiyonlarla aralık sonuna kadar devam etmesini öngörüyoruz" diyor.

2019 bütçelerini geçtiğimiz kasım ayında bitiren az sayıdaki grup ise en çok kuru tahmin etmekte zorlandığını belirtiyor. Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahu Büyükkuşoğlu Serter, bu isimlerden biri. Serter, "Otomotiv şirketleri sadece iç piyasaya satmadığı için volüm riskini dağıtmış oluyor ancak bu riskin hiç olmadığı anlamına gelmiyor. Bu yıl farklı ciro ve kur senaryolarına göre bütçe yaptık" diye konuşuyor.

NAKİT AKIŞI ÖNEMLİ

Peki 2019 bütçesinde kur riski dışında en fazla dikkate alınan parametreler hangileri? Önceki yıllarda olduğu gibi büyüme, enflasyon ve faiz beklentisi gibi temel makro göstergeler yine baz alınıyor. Bunun yanında nakit akışı ve maliyetler bu yılki bütçelere damgasını vurmuş gibi gözüküyor.

Ali Ülker, enflasyonun hedeflerin üzerinde çıkması nedeniyle özellikle yurt içi operasyonlarında 2019 bütçesinde maliyet ve büyümeye dikkat ettiklerini söylüyor.

2019 bütçesinde en çok nakit akışına dikkat edeceklerini belirten isimlerden biri de Akkök Holding CEO'su Ahmet Dördüncü. Dördüncü, "Farklı parametrelere göre esnek ve senaryolu bütçeler hazırlıyoruz" diyor.

GÖKHAN GÜMÜŞLÜ

ÜLKÜ ÖZCAN

MEHMET NANE / PEGASUS CEO'SU

"ALTERNATİFLİ SENARYOLAR HAZIRLIYORUZ"

GİDER KONTROLLÜ BÜTÇE

2019 bütçe hazırlıklarına ekim ayı başında başladık. Satış ve gider parametrelerimize göre bütçe çalışmalarımızı yaptık. Her zaman sıfır tabanlı ve aşağıdan yukarı bütçe yapıyoruz. Bu yıl da buna devam edeceğiz. Bütçemizin odağında sürdürülebilir büyüme, kârlılık ve gider kontrolü olacak.

ARALIKTA BİTECEK

Yeni bütçe çalışmalarının ana zorluklarını bizim etkimiz dışında gelişen kurlar, yakıt fiyatları ve misafir güven endeksi gibi kalemler oluşturuyor. Ana parametrelerimizin kontrolümüz dışında gelişmesi halinde hangi değişimler olur ve bu bizi nasıl etkiler, etkileşime göre neler yapmalıyız senaryolarını alternatifli çalışıyoruz. Aralık ayı içinde 2019 bütçemizi yönetim kuruluna sunacağız.

STFA Holding CEO'su Aslan Uzun, 2019'un nakit akışını doğru yöneten şirketlerin yılı olacağını belirterek "Nakit akışını doğru yönetmek her şirketimizin değişmezi olacak" diye konuşuyor. DeFacto CEO'su İhsan Ateş, 2019 bütçelerinde piyasanın geneli için nakit akışı planlamasının önemli olduğu bir yıl olacağını düşünen bir başka isim.

Çimsa Genel Müdürü Ülkü Özcan da nakit akışı ve işletme sermayesinin etkin yönetiminin bütçelerinin odağında yer aldığını belirtiyor. Doğan, "Her zaman olduğu gibi kârlılık ve finansman maliyetlerinin yönetimi de önem verdiğimiz konular arasında" diyor.

Faik Sönmez'in CEO'su Mete Sönmez, 2019 bütçesinde eskiye göre maliyetleri kontrol etmek için daha yoğun çaba gösterdiklerini belirtiyor. Sönmez, "Bu yıl, döviz kuru, enflasyon ve büyüme rakamlarının kolay öngörülebilir olmaması ve maliyet baskısı bütçe yapmayı zorlaştırıyor" diye konuşuyor.

SENARYO SAYISI ARTACAK

Büyük holding ve şirketler tarafından en çok esnek bütçe metodu tercih edilirken bütçe planları birden fazla senaryoya göre hazırlanıyor ve piyasa koşullarına göre kısa aralıklarla güncelleniyor. Çimsa Genel Müdürü Ülkü Özcan, farklı bütçe senaryoları üzerinde çalıştıklarını şu sözlerle anlatıyor: "Satış

WALTER KNOLL

LEADERSHIP & IDENTITY.

Keypiece Communication Desk. The conference table program for modern conferencing. An unlimited variety of formats with the aesthetics of minimalism. For superior technical integration from basic solutions to the highest demands of the boardroom. Design: EOOS.

mozaik

Ortaköy Dereboyu Cad. No. 78 34347 İstanbul T. +90 212 327 05 95 · F. +90 212 327 05 97
Apa-Giz Plaza Büyükdere Cad. No: 191 K. -1 Levent 34330 İstanbul T. +90 212 264 75 75 · F. +90 212 264 75 74
Cinnah Cad. No: 66/1 Çankaya Ankara T. +90312 440 06 10 · F. +90 312 440 05 95
www.mozaikdesign.com · info@mozaikdesign.com

ASLAN UZUN / STFA HOLDİNG CEO'SU

"LİKİDİTE VE MALİYET KONTROLÜNE ODAKLANDIK"

DİNAMİK YAPI KORUNACAK

Faaliyet gösterdiğimiz sektörlere göre farklılık göstermekle birlikte temel olarak esnek bütçeler oluşturmayı ve 2018 gibi yüksek volatilitenin yaşanması ihtimaline karşın dinamik yapımızı olabildiğince korumayı hedefliyoruz. Bütçede büyüme ve kârlılık artışından ziyade likidite yönetimi ve maliyet kontrolü önceliğimiz.

KUR RİSKİ NASIL YÖNETİLİYOR?

Borçluluğumuz makul seviyelerde olduğundan, kur riskimiz türev araçlarla büyük ölçüde sıfırlanıyor. Ayrıca faaliyet gösterdiğimiz iş kollarının coğrafi yaygınlığı, operasyonel para birimlerindeki çeşitlilik, regüle ve regüle olmayan iş kollarımızın nakit yaratma kapasitelerindeki dengeleyici yapı nedeniyle doğal bir korunmaya sahibiz. Ancak yine de finansmanı önceden temin edilmiş olanlar dışındaki yatırımları ötelemeye ve likiditeyi artırıcı tüm unsurları ana odağımız yapmaya devam ediyoruz.

hacmimizin süreç içerisinde gelişimine göre esnek bütçeleme ve farklı senaryoların analizi üzerine çalışıyoruz."

Gedik Holding Yönetim Kurulu Başkanı Hülya Gedik ile MediaMarkt Türkiye CFO'su Yeşim Ar Kundakçı da şartların çok ve sık değiştiği zamanlarda bütçe yaparken değişik parametre setlerinin kullanıldığı senaryolar üzerinde çalışmanın oldukça yararlı olduğunu söylüyorlar. Kundakçı, "Böylece farklı durumlarda karşılaşılacak pazar ve finansal sonuçlara göre karar almak, plan yapmak kolaylaşıyor" diyor.

YEŞİM AR KUNDAKÇI

Silverline Ankastre Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Mustafa Laçin, girdi ve çıktı makasını olabildiğince açık tutarak birden fazla senaryo geliştirdiklerini belirtiyor.

Bütçelerde kur riski hedge edilirken forward işlemlerin yoğunluğu da artıyor. Eczacıbaşı Holding CEO'su Atalay Gümrah, grup olarak kur riskini azaltmak için forward kur işleminden faydalandıklarını söylüyor. Gümrah, "Büyük gruplarda en önemli iş portföy yönetimi. Bu dönemde portföyü doğru yöneten ön plana çıkacaktır. Yurt dışındaki işlerimizle yurt içini dengede götürerek ilerleyeceğimiz bir yol olacak" diye konuşuyor. Hurşit Zorlu, bütçelemede forward işlemlerden yararlandıklarını belirtiyor ve "Önümüzdeki yıla temkinli yaklaşıyoruz" diyor.

Yıldırım Holding de farklı senaryolara göre birden fazla bütçe hazırlamış durumda. Yıldırım Holding Yönetim Kurulu Başkanı Yüksel Yıldırım holdingin hazine bölümünde 15 uzmanın görev yaptığını ve banka gibi çalıştıklarını anlatıyor. 2019 bütçesinde en çok kura dikkat edeceklerini söyleyen Yıldırım, "Ciromuzun yüzde 60'ı yurt dışından geliyor, dünyadaki farklı para birimleriyle çalışıyoruz. Kuru riskini hedge yaparak yönetiyoruz. Geçen yıl, 2 milyar doların üzerinde swap işlemi yaptık" diyor.

SIFIR TABANLI BÜTÇE

Son dönemde büyük gruplar daha statik olan artan bütçeleme sisteminden ziyade "zero based" denilen "sıfır tabanlı" bütçeleme modelini kullanmaya başladı. Bu modelde her şey tamamen sıfırdan ele alınarak, her bir bütçe kalemi detaylı olarak planlanıyor.

Bu yöntem artan bütçeleme yöntemine nazaran daha karmaşık olmasına ve organizasyon genelinde önemli bir kültür değişimi gerektirmesine karşın son dönemde Koç Holding'den Yıldız Holding'e kadar pek çok büyük grup tarafından tercih ediliyor.

Ford Otosan CEO'su Haydar Yenigün, zero based bütçe yaptıklarını ve volatilitenin yüksek olduğu dönemlere en uygun bütçe yönteminin bu olduğunu belirtiyor. Yıldız Holding Başkan Yardımcısı Ali Ülker ise "Son yıllarda, zero based bütçelerle ilerliyoruz. Bu sayede risklere karşı her şeyi sıfırdan yeniden kurgulamış oluyoruz" diyor.

Lila Group CEO'su Alp Öğücü, sıfır tabanlı bütçeleme modeliyle bir önceki yıla kıyasla enflasyon hesabı da yaptıklarını söylüyor. Öğücü, "Bu sayede hem ihtiyaçları gözden geçiriyor hem harcama yapılması zorunlu alanları göz ardı etmiyoruz" diyor.

Pakiş CEO'su Zeynep Akyol sıfır tabanlı bütçenin daha gerçekçi rakamların çıkmasına ve şirketi şekillendirmelerine yardımcı olduğunu söylüyor.

Duravit Türkiye Genel Müdürü Müfit Ülke de "sıfır tabanlı" bütçeyi tercih ettiklerini belirterek "Elimizdeki geçmiş dönem bilgilerinin yeni dönem için kullanılamayacağını düşünüyoruz ve maliyet

Panasonic

O BİR PANASONIC...

Thea Modüler

Daha fazlasını istemek artık lüks değil. Gelin, tüm seçeneklerinizi yeniden gözden geçirin. Alıştığınız ne varsa geride bırakın. Teknolojisi, modüler tasarımı ve kalitesiyle o bir Panasonic ve size değişimin gücünü vadediyor.

Panasonic Eco Solutions Türkiye

estr.panasonic.com

kontrollü bir bütçe hazırlıyoruz" diyor. Ülke, 2019 bütçe öngörülerini şöyle paylaşıyor: "2019 enflasyonunu yüzde 18 olarak öngörüyoruz. Faiz maliyetini yüzde 25 olarak alıyoruz. 2019'da Euro'nun yıllık ortalamasının 8 TL olacağını varsayıyoruz."

İHSAN ATEŞ / DEFACTO CEO'SU

"FİT BİR FİNANSAL YAPI İSTİYORUZ"

DEĞİŞKEN GİDER YÖNETİMİ

Her yıl daha verimli ve fit bir finansal yapı oluşturmak için çalışmalarımızı yürütüyoruz. Geçtiğimiz yıllarda birçok gider bütçemizi satışa bağlı değişken şekilde kurgulamaya ve bu şekilde giderleri esnek yönetmeye çalıştık. Bu amaçla esnek gider yönetimleri sergilemeye çalıştık. Böylelikle dalgalanmalardan uzak, beklentilerle uyumlu ve hatta bütçenin de ötesinde performans elde ettik.

KOMİTE KURULDU

Bu yıl özelinde "zero based" yaklaşımını uyguluyoruz. Aslında buna 2018 içinde proaktif olarak başlamıştık. Bu amaçla fizibilite komitesi kurduk ve her giderin geri dönüşünü detaylı analiz ediyoruz. Bu yaklaşımı bu bütçe döneminde de devam ettiriyoruz. Bu sayede şirket giderlerinin en hızlı ve en yüksek geri dönüşü olan alanlara yapılmasını amaçlıyoruz. Bu yıl, iş yapış şekillerimizi bu anlayışla yeniden değerlendireceğimiz bir yıl olacak.

SÜLEYMAN ORAKÇIOĞLU / ORKA HOLDİNG YKB

"YÜKSEK ENFLASYON BÜTÇE YAPMAYI ZORLAŞTIRIYOR"

İKİ ANA KIRILIM

Bütçemizi, yurt içi ve yurt dışı faaliyetleri olarak iki ana kırılımda hazırlıyoruz. Yurt içindeki birincil hedefimiz, mevcut dağıtım kanallarını büyütmeden verimliliği esas alan hesaplamalar yapmak ve 2018 yılıyla aynı oranda kârlılığımızı koruyabilmek. Yurt dışında ise yeni mağazalarımız ve bayilerimizin getireceği satış artışlarını dikkate alarak üretim ve lojistik kapasitelerimizi planlayacağız. Markalı ihracatımızın yaratacağı ek katma değeri de bütçemize yansıtacağız.

İYİ BÜTÇENİN SIRRI

Bu dönemde TL'nin döviz karşısında dalgalanan değer kayıplarının tahmininin zor ve Türkiye'nin enflasyonist yapıya geri dönmüş olması bütçe yapmayı zorlaştırıyor. İyi bir bütçe yapmanın sırrı ekonomik, politik ve uluslararası ticari riskleri öngörerek ve bunları bertaraf edebilecek gerekli önlemleri planlayabilmekten geçiyor.

2019 ÖNGÖRÜLERİ

2019 bütçelerinin odağında ihracat gelirlerini artırmak, iç piyasada yılı en az hasarla kapatmak da bulunuyor. Bütçede yüksek faiz oranlarından dolayı yeni yatırımların payı azalırken sağlıklı nakit akışı sağlama, mümkün olduğu kadar az dış finansman kullanma gibi konular ön plana çıkıyor.

Ford Otosan CEO'su Haydar Yenigün, dış pazarda büyümeye, iç pazarda ise sıkıntıyı en düşük hasarla atlatmaya yönelik bütçe hazırladıklarını belirtiyor.

Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ahu Serter 2019'da büyümeyi globalde arayacaklarını söylüyor. Serter, "Hedefimizde Tayland yatırımımızın temelini atıp, Rusya ve Amerika pazarlarında iş birliği projeleri var" diyor.

2019 bütçesinde büyüme planlayan gruplar da yok değil. 2017'yi yüzde 60, 2018'i yüzde 70 büyümeyle kapatmaya hazırlandıklarını söyleyen Tekfen Holding Yönetim Kurulu Başkanı Murat Gigin, benzer ciro büyümesini 2019'da da öngörüyor. "2019 bütçemizi, ekonomi ve piyasalarda beklenen 'dengelenme ve düzelme' seyrine göre oluşturuyoruz" diyen Gigin, şöyle devam ediyor: "2019'da ciromuz 14-15 milyar TL bandında seyredecek, uluslararası müteahhitlik alanındaki ihale tekliflerimizin müspet sonuçlanması halinde daha fazla artış olabilir."

Silverline Ankastre Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Mustafa Laçin, bütçede ihracat büyüme hedefini adet ve dolar bazında minimum yüzde 10 büyüme olarak belirlediklerini söylüyor. Lila Group'da 2019 ve 2020 yatırım yılları olarak belirlenmiş durumda. Grubun CEO'su Alp Öğücü, 2019'da 300 milyon TL'yi aşkın yatırım yapacaklarını, 100 milyon dolar da ihracat hedeflediklerini belirtiyor.

Bünyesinde Hasçelik'in olduğu Faydasıçok Holding'in yönetim kurulu başkanı Adnan Naci Faydasıçok, ağırlıklı iç piyasaya yönelik iş yaptıkları için bütçeye yüksek büyüme hedefi koymadıklarını belirtiyor. 2019 bütçesinde yüzde 3 büyümeyi yeterli bulduklarını söyleyen Faydasıçok,"Bütçede dolar kuru ortalamasını 6,25 TL, pariteyi ise 1,15 olarak aldık" diyor.

SWAY
HOTELS

Kışın değişmeyen trendi,
mutluluğu SWAY'de yaşamak!

SWAY HOTELS

Seçkin bir deneyim

/swayhotels
PALANDÖKEN

swayhotels.com

444 0 409

AYÇE TARCAN AKSAKAL
aaksakal@capital.com.tr

"Yerel zincirlerle güçleneceğiz"

Freşa Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Çakırmelikoğlu, ihracatta öncelikli hedefinin Balkanlar olduğunu belirterek iç pazarda ise yerel marketlerle güçleneceklerini söylüyor.

Hasan Çakırmelikoğlu, meyveli maden suyu markası Freşa'nın yönetim kurulu başkanı. Giresun Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı olan Çakırmelikoğlu, ekonomik krizin aksine şirketine yüzde 38 gibi iddialı büyüme hedefi koymuş. İhracata ağırlık vereceklerini söyleyen Çakırmelikoğlu, büyüme planını şöyle anlatıyor:

PAZAR PAYI YÜZDE 35

"En önemli özelliğimiz taklit edilemeyen tadımız. Şişe dizaynımız da bize rafta ayrıcalık sağlıyor. Meyve aromalı maden suyunda Türkiye'de yüzde 30-35 arasında değişen pazar payımız var. Sade maden suyumuzla ilgili 2019'da önemli çalışmalarımız olacak.

"POTANSİYELİN ALTINDA"

Maden suyu sektörü olması gereken yerin çok gerisinde. Pazarda daha gidecek çok yerimiz var.

YENİ YATIRIM

Giresun fabrikamız için depo otomasyonu, Bursa fabrikamız için de yeni hatlar ve depo otomasyonlarımız olacak. 3 yıllık bir dönemde 5 milyon Euro'ya yakın bir yatırım yapmayı planlıyoruz.

2019'daki hedefimiz özelikle İstanbul pazarı. Bölgesinde güçlü yerel marketlerle daha verimli çalışmalar yapmayı hedefliyoruz. Sade maden suyumuz İnişdibi ve yeni çıkaracağımız ürünlerle bu artışı yapabileceğimize inanıyoruz."

İHRACATIN PAYI ARTACAK

Ciroda ihracatın payını artırmayı istiyoruz. Önümüzdeki dönemde çalışmadığımız bazı Avrupa ülkeleri, yakın Afrika ülkeleri ve Azerbaycan'la çalışmayı planlıyoruz. Özellikle hedefimiz Balkan ülkeleri."

YAŞAR, DİJİTAL TARIMA NASIL UYUM SAĞLIYOR?

Yaşar Holding, yıllardır tarım sektörüne yatırım yapıyor. Holdingin bu konudaki öncü şirketi, 35 yıl önce kurulan Çamlı Yem. Şirket, kültür balıkçılığından büyükbaş besiciliğe kadar pek çok alanda faaliyet gösteriyor. Yaşar Holding Tarım, Hayvancılık ve Balıkçılık Grubu Başkan Yardımcısı Hasan Girenes, yeni dönemde önceliklerinin akıllı tarım uygulamaları olduğunu belirtiyor. "Dijital tarımın yükselişine uyum sağlamalıyız" diyen Girenes, şöyle konuşuyor:

DİJİTAL TARIM

Pek çok ülke, 'markalı ve katma değerli tarımsal ihracat' gerçekleştirme hedefiyle çalışmalarına devam ediyor. Bu noktada verimlilik, kalite, AR-GE, teknoloji, pazarlama stratejileri gibi rekabetçi unsurlar devreye giriyor.

YENİ TEKNOLOJİLER

Bilgiye ve teknoloji üretmeye daha fazla odaklanıyoruz. Dijital tarımın yükselişine uyum sağlamalıyız. Katma değerli ürünlerin üretimi ve pazarlanmasında yeterli altyapının oluşması için özel sektör, kamu ve üniversitelerden oluşan ortak akıl üçgenini daha etkin kullanmamız gerektiğini düşünüyorum. Çamlı olarak bilgiyi temel alan, inovasyon ve AR-GE ile harmanlayan bir anlayışla akıllı tarım çağına doğru yol alıyoruz."

Tatil, hayatın ta kendisidir!

EN İYİYİ HAYAL EDENLERE, "BİR GÜN MUTLAKA" DİYENLERE, UFUK AÇICI BİR REHBER. BEDENİNİZİ DİNLENDİRİRKEN, RUHUNUZU ZENGİNLEŞTİRMEYİ UNUTMAYIN.

Siz hiç...

EVET	HAYIR	
☐	☐	LOFOTEN ADALARI'NDA KUTUP SÖRFÜ YAPTINIZ MI?
☐	☐	KIZILDERİLİLERİN GELENEKSEL DANSINI İZLEDİNİZ Mİ?
☐	☐	TRAKYA'NIN ORMAN KÖYLERİNİ GÖRDÜNÜZ MÜ?

TEMPO TRAVEL

SONBAHAR SAYISI BAYİLERDE

Son 5 yılda Capital500'deki en büyük 100 şirketin 59'unun CEO'su değişti. Kârlılıkların düşmesi, kötü finansal sonuçlar, şirket evlilikleri, yönetimde gençleşme talebi ve dijital dönüşüm tepedeki değişimi tetikledi. İyi gitmeyen işlerin faturası CEO'lara kesildi ve pek çok sektörde üst yönetimde büyük bir değişim yaşandı. Yeni CEO'lar yenilik ve kârlılık getirebilecek, dijital dönüşümü başaracak, hızlı, çevik ve heyecanını kaybetmemiş daha genç yöneticiler arasından seçilmeye başlandı.

● **AYÇE TARCAN AKSAKAL**
aaksakal@capital.com.tr

CEO'LARA NE OLUYOR?

SON BİR YILDA DÜNYA GENELİNDE CEO sirkülasyon oranında önemli bir artış dikkat çekiyor. Challenger, Gray and Christmas'ın verilerine göre 2018'de ABD'de son 10 yılda yaşanan en büyük CEO değişimi gerçekleşti. İlk 9 ayda 1.027 CEO görevinden ayrılırken, geçen yılın aynı dönemine göre ayrılan CEO sayısı yüzde 18 arttı. GE, Volkswagen, Sony, Goldman Sachs ve PepsiCo gibi pek çok dev şirketin kaptan koltuğundaki değişimler büyük ses getirdi.

Sadece dünyada değil, Türkiye'de de son dönemde CEO sirkülasyonunda bir artış yaşanıyor. Son 5 yılda Capital500'deki en büyük ilk 100 şirketin 59'u CEO'sunu değiştirmiş durumda. Bunların içinde Türkiye'nin en büyük 10 şirketi arasında yer alan 7 şirketin bulunması ise dikkat çekici.

Uzmanlar, bu değişimi son dönemde sıklıkla görülen düşük şirket performanslarına, azalan kârlılık ve büyümelere bağlıyor. Ergene Consulting&HGA Group Türkiye Başkanı Murat Ergene, "Şirketler zarar ettikçe

En fazla CEO bankacılıkta değişti

Sektörlere göre CEO değişimi

	Sektör	Son 5 yılda kaç CEO değişti?	Sektördeki toplam şirket sayısı
1	Bankacılık	38	47
2	Sigorta	26	39
3	Otomotiv	25	45
4	BES	15	17
5	Demir çelik	10	32
6	Elektrik-elektronik	8	15
7	Çimento	8	11
8	Bilişim	7	15
9	Perakende	5	20
10	Telekom	4	5
11	Basın	3	3
12	**Toplam**	**149**	**89**

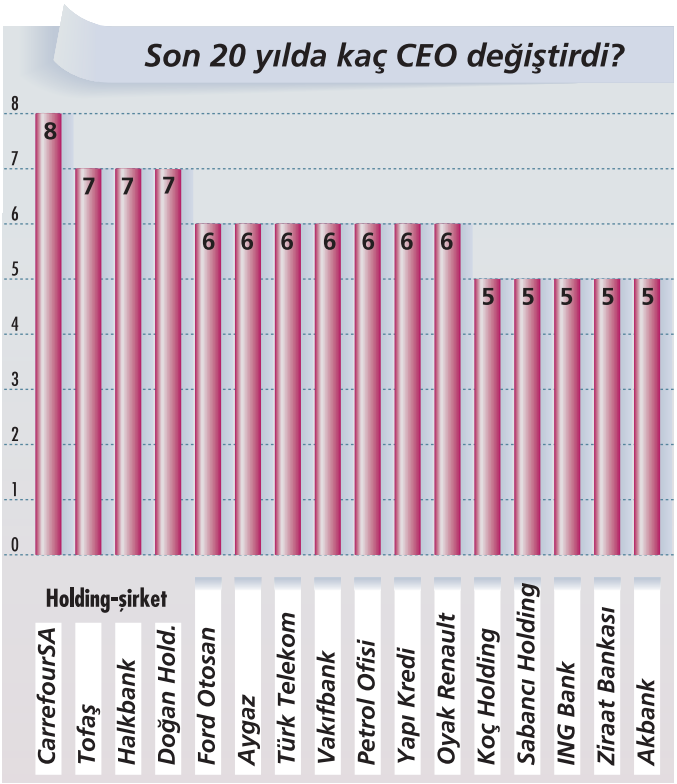
Kaynak: Capital500 şirketleri ve BES, sigorta, bankacılık sektörünün büyük şirketlerindeki değişimlerin Capital Dergisi tarafından yapılan araştırma sonucunda ortaya konulmasıyla ortaya çıkan rakamlardır.

huzursuzluk başlıyor ve değişim talebi artıyor" diye konuşuyor. Egon Zehnder Yönetici Ortağı Murat Yeşildere, CEO değişiminin son 2 yılda arttığını belirterek şirketlerde yaşanan performans düşüşünün hissedar ve yönetim kurulu seviyesinde değişim talebini artırdığını söylüyor.

Grant Thornton Türkiye İcra Kurulu Başkanı Emin Taylan ise son yıllarda daha fazla şirketin liderini şirket dışından bulma eğiliminde olduğunu belirterek bunun CEO sirkülasyonunu tetiklediğine dikkat çekiyor.

BANKACILIKTA KUŞAK DEĞİŞİMİ

Son dönemin en önemli ve ani CEO değişimleri, Türkiye'nin önde gelen büyük grupları ve bankalarında göze çarpıyor. Yaptığımız araştırmaya göre son 5 yılda Türkiye'deki 47 bankanın 38'i mevcut CEO'sunu değiştirdi. Yapı Kredi, Vakıfbank, Halkbank ve Odeabank gibi 8 önemli bankanın genel müdürü değişti.



MURAT ERGENE

ESRA ELBAN SOMYÜREK

Yapı Kredi yeni genel müdürünü Garanti Bankası'ndan transfer ederken Odeabank'ın kaptan koltuğuna Yapı Kredi'nin hazine ve finansal kurumlardan sorumlu genel müdür yardımcısı ve icra kurulu üyesi Mert Öncü geçti. 48 yaşındaki Öncü'nün transferinde, performansı ve liderlik özelliklerinin yanı sıra Lübnan merkezli Bank Audi'nin Türkiye'deki iştiraki Odeabank'ın sektördeki iddialı büyüme hedefi etkili oldu.

Garanti Bankası'nda Ergun Özen'in yerine geçen Ali Fuat Erbil, 47 yaşında banka genel müdürü oldu. Sektörün gençleşen yeni nesil liderleri arasındaki yerini alan Erbil gibi bugün sektördeki genel müdürlerin pek çoğunun yaş ortalaması 50-55 yaş aralığına geriledi.

Spengler Fox Bölge Lideri Esra Elban Somyürek, dijitalleşmenin oldukça konservatif olan bankacılık sektöründe yönetim kadrolarında gençleşmeye neden olduğunu söylüyor. Somyürek, "Dünyada ve Türkiye'de dijitalleşme trendi öne çıkıyor. Bunu da genç kuşağın daha iyi yakalayabileceğine olan inanç artıyor" diyor.

SİGORTADA DURUM NE?

Sigorta ve BES'te de son 5 yılda çok sayıda genel müdür ve CEO değişikliği yaşandı. Sektördeki irili ufaklı toplam 39 sigorta şirketinden 26'sı, son 5 yılda yeni CEO ataması yaptı. BES'te ise aynı

HAKAN CÖNBEZ / PAGE EXECUTIVE DİREKTÖRÜ

"YENİLİK YAPMAYAN KOLTUĞUNDAN OLUYOR"

KİMLER YERİNİ KORUYABİLDİ?

Son 5 yılda gelişen teknoloji ve yapılan yatırımlar, tüketicilerin ihtiyaçlarının daha hızlı karşılanması gerekliliğini ortaya çıkardı. Bu değişime ayak uyduramayan CEO'lar koltuklarını koruyamadı. Bu değişime ayak uyduranlar ise görevine devam edip yenilikçi liderler olarak koltuklarını sağlamlaştırdı.

"LİDER PROFİLİ DEĞİŞİYOR"

Günceli takip edebilen, değişime hızla ayak uydurabilen, esnekliğe açık, yenilikçi düşünebilen, yüksek potansiyel sahibi ve yeni zorluklara göğüs gerebilen CEO'lar yerlerini koruyor. Dijital dünyanın hızına ayak uyduramayanlar ise iş dünyasının gerisinde kalıyor. Yeni ürün ve hizmetler üretebilen şirketlerde bu tip dinamik yapıları kurabilen CEO'lar yerlerini koruyabiliyor.

En büyük ilk 100 şirketle son 1 yılda 16 CEO değişti

	Şirket	Eski CEO	Yeni atanan CEO
1	Aselsan	Faik Eken	Haluk Görgün
2	BASF	Buğra Kavuncu	Rami Atikoğlu
3	Borusan Otomotiv	Ayhan Ölçer	Uğur Sakarya
4	CarrefourSA	Hakan Ergin	Kutay Kartallıoğlu
5	Çalık Enerji	Osman Saim Dinç	Rıdvan Aktürk
6	Enerjisa	Kıvanç Zaimler	Ziya Erdem
7	Ereğli Demir Çelik	Sedat Orhan	Salih Cem Oral
8	Gama güç Sistemleri	Özgür Umut Eroğlu	Ahmet Ligvani
9	Hyundai Assan	Mong Hyun	Ickkyun Oh
10	Indeks Bilgisayar	Atilla Kayalıoğlu	Banu Sürek
11	İGDAŞ İst. Gaz Dağıtım	Mehmet Çevik	Ali İhsan Sılkım
12	İpragaz	Selim Şiper	Eyüp Aratay
13	Mey İçki	Galip Yorgancıoğlu	Levent Kömür
14	Oyak Renault	Tunç Başeğmez	Antoine Aoun
15	Petrol Ofisi	Gülsüm Azeri	Selim Şiper
16	Vestel Elektronik	Metin Salt	Murat Sarpel

Not:Capital500 baz alındı.

sürede 17 şirketten 15'inin CEO'su değişti.

Değişimlerin çoğu, sektördeki şirketlerin el değiştirmesinden kaynaklanırken ülkenin önde gelen head hunter'larına göre BES ve sigortadaki değişimin arkasında yatan temel neden, "satın almalar ve sektörün içindeki darboğaz" oldu.

Özellikle sigorta sektöründe CEO değişimlerine kimi zaman transferler damgasını vururken, çoğu zaman da atamalar şirket içinden yapıldı ve genellikle finans yöneticileri yeni CEO'lar olarak öne çıktı. Boyden Türkiye Yönetici Ortağı Özlem Ergün, "Çok sayıda sektörde olduğu gibi banka ve sigortacılıkta da değişimin ana nedeni şirket el değiştirmeleri oldu. Ergün yeni hissedarlar, yeni yönetimi tercih ediyor" diye konuşuyor ve ekliyor:

"Bankacılıkta olduğu gibi finans şirketlerinde de bazı batılı ortaklar sektörden çıktı. Bunların yerine Orta Doğulu ortaklar geldi. Her değişim kendi yönetimini beraberinde getirdi."

IRC Global Executive Bölge Lideri Gaye Özcan da sigorta ve BES şirketlerinin istedikleri kârlılıkları yakalamadıklarını, toplam pazarı büyütemediklerini, bunun sonucunda kötü gidişatın faturasının CEO'lara kesildiğini söylüyor.

PERAKENDE VE TÜKETİM HIZLI!

Perakende ve hızlı tüketim (FMCG) de bankacılık ve finanstan sonra en fazla CEO değiştiren sektörler arasında yer alıyor. Son dönemde en fazla CEO değiştiren perakende şirketi ise CarrefourSA oldu. Uzun zamandır istediği sonuçlara ulaşamayan şirket, son 20 yılda tam 8 CEO değiştirdi. Mehmet Nane'nin istifasından sonra CEO olan Ziya Hakan Ergin, 2 yıllık görev süresinin sonrasında sürpriz bir kararla şirketten ayrıldı. Ergin'in yerine şirketin finans direktörü Kutay Kartallıoğlu getirildi.

Murat Ergene, benzer ayrılıkların perakendede çok görüldüğüne dikkat çekiyor ve "CEO değişimleri, hızlı büyüme hedefiyle çok sayıda mağaza açıp verimsizliğe neden olan liderlerden kaynaklanıyor" diyor.

Bugün FMCG ve perakende sektörlerinde daha genç, dijital dünyaya yakın, masaya yeni planlar getirebilen, büyüme odaklı, hızlı karar alabilecek yeni nesil liderler talep ediliyor. Spengler Fox Bölge Lideri Esra Elban Somyürek şu analizi yapıyor: "Hızlı tüketimde genel müdür yaşı 40'a kadar düşmüş durumda. Artık 35-37 yaşında direktörler görüyoruz. Sadece bu sektörde değil. CEO seviyesindeki gençleşme talebi hemen her sektörü etkiliyor. Eskiden yeni atanacak CEO'nun 45 yaşından genç olmaması istenirken şimdi 45 yaşını geçmemiş olanlar tercih ediliyor."

ÖZLEM ERGÜN

GAYE ÖZCAN

IRC Global'den Gaye Özcan, perakende ve hızlı tüketimde özellikle fonlar tarafından satın alınan şirketlerde CEO değişimlerinin yaşandığını belirtiyor. Fon tarafından satın alınan şirketlerde çoğunluk hissedarın, ailenin dışında profesyonel yönetici talep ettiğini söyleyen Özcan, "Fonun satın alması üst yönetimde değişim anlamına geliyor. Bunlar, büyüme ve kârlılık odaklı liderlerle çalışmak istediği için mevcut yönetimde değişime gidiyor" diyor.

OTOMOTİVDE 18 CEO DEĞİŞTİ!

Otomotiv de CEO değişiminin yoğun yaşandığı sektörler arasında. Sadece geçen yıl Honda'dan Volvo'ya kadar sektördeki 35 markanın 18'inin CEO'su değişti. Son 20 yılda 7 kez CEO değiştiren Tofaş, bu konuda başı çekiyor.

Ağırlıklı yabancı markaların faaliyet gösterdiği pazarda expat yöneticilerin 3-4 yıllık kontratlarla çalışmaları tepe yönetimin değişmesinde etkili olurken otomotiv satışlarının gerilemesi, artan rekabet CEO sirkülasyonunu artırdı. PERYÖN-Türkiye İnsan Yönetimi Derneği Yönetim Kurulu Üyesi Yiğit Oğuz Duman, otomotiv sektöründe

EMİN TAYLAN

MÜGE YALÇIN

yaşanan değişimlerin satışların düşmesinden kaynaklandığını belirtiyor.

Duman, "Günümüzde kâr ve performans odaklı hale gelen şirketler CEO ve genel müdür seçimlerinde hızlı aksiyon alan ve hedeflenen başarıya en çabuk ulaşan yöneticilerle çalışmak istiyor. Artık 3 ayda sorun çözülmemişse şirketler yöneticileriyle hızla yollarını ayırıyor" diyor.

İlaç, telekomünikasyon ve teknoloji sektörlerinde CEO sirkülasyonunun hızlandığını belirten ManpowerGroup Türkiye Genel Müdürü Feyza Narlı, bu durumu bu sektörlerde düşen kârlılıklarla beraber rekabetin daha agresif hale gelmesine bağlıyor. Narlı, "Pek çok şirket sürecin zorluğuna uyum sağlayabilecek, farklı yetkinliklere ve hızlı karar alma yetisine sahip yeni nesil liderlere ihtiyaç duymaya başladı. Bu yetkinliklere sahip liderler bulunduğunda mevcut CEO'lar yenileriyle değiştirildi" diyor.

Grant Thornton Türkiye İcra Kurulu Başkanı Emin Taylan da ilaç sektöründe aranan yeni profili şöyle anlatıyor: "Jenerik firmaların daha ön plana çıktığı sektörde farklı stratejiler geliştirebilecek, düşük kârlılık oranlarıyla rekabetçi kalabilecek yöneticiler aranıyor."

SİRKÜLASYON ARTACAK

Yabancı şirketlerdeki CEO değişimleri ise expat yöneticilerin en fazla 2-3 yıllık kontratlarla çalışmasından ve bu süre dolduğunda başka bir ülkeye atanmasından kaynaklanıyor.

2016'dan sonra çok sayıda expat yöneticinin ülkesine döndüğünü ve son 3-4 yılda expatların yerine Türk CEO'ların atandığını söyleyen MY Executive Kurucu Ortağı Müge Yalçın, "Öte yandan çok uluslu şirketlerde bölgesel görevlere atanan ya da yurt dışına yerleşmeye karar veren Türk CEO'ların yerine yeni yöneticiler arandı ve atandı" diyor. Önde gelen head hunter'lara göre önümüzdeki dönemde CEO sirkülasyonu daha da artacağa benziyor. Murat Yeşildere özellikle önümüzdeki 18 ayda bu oranın artacağını düşünenlerden. Yeşildere, çevresel faktörler ve ekonomik konjonktür nedeniyle şirketler için zor şartların ve performans endişelerinin devam ettiğini söylüyor.

"Milyon Dolarlık Sözler" kitabının yazarı ve yönetim danışmanı Haluk Ziya Türkmen de dijital dönüşüm ve yapay zekayla yeni doğacak iş modellerinin CEO değişimlerini hızlandıracağını belirtiyor. Türkmen, "Önümüzdeki dönemde daha hızlı, rekabetçi ve şeffaf yapılar, daha hızlı dönüşümü beraberinde getirecek. Hem CEO rolü yeniden tanımlanacak hem görev-yetki, derinlik, süre ve çalışma modeli değişecek" diyor. C

Son 1 yılda 8 bankanın CEO'su değişti

	Banka	Eski CEO	Yeni atanan CEO
1	Alternatifbank	Müge Öner	Cenk Kaan Gür
2	Anadolubank	Pulat Akçin	Namık Ülke
3	OdeaBank	Hüseyin Özkaya	Mert Öncü
4	Turkland Bank	Dinçer Alpman	Faten Matar
5	Türk Eximbank	Hayrettin Kaplan	Adnan Yıldırım
6	Halkbank	Süleyman Aslan	Osman Arslan
7	Vakıfbank	Halil Aydoğan	Mehmet Emin Özcan
8	Yapı Kredi	Faik Açıkalın	Gökhan Erün

AYŞE ÖZTUNA BOZOKLAR
ODGERS BERNDTSON TÜRKİYE YÖNETİCİ ORTAĞI

"PERFORMANSI YÜKSEK CEO TALEBİ ARTIYOR"

HIZLI SİRKÜLASYON
Doğru CEO ataması yapılamadığında şirketlerin performansının olumsuz etkilendiğini ve CEO sirkülasyonunun artmaya devam ettiğini görüyoruz.

KRİTİK YETENEKLER
Bugün kritik deneyimler kazanmış yeteneklere ulaşmak oldukça zor. Başarılı performans ortaya koymuş üst düzey yöneticilere yönelik arayış tüm sektörlerde yoğun olarak yaşanıyor.

HAREKET NEREDE ARTACAK?
Uluslararası büyüme ve farklı coğrafyaları Türkiye'den yönetme imkanlarının ortaya çıktığı, performans baskısının yoğun olduğu, satın almaların yaşandığı şirketlerde CEO değişimlerinde daha yoğun hareketlilik görmeye devam edeceğiz.

SİZ CAPITAL'İ SADECE BAYİDEN Mİ ALIYORSUNUZ?

Capital

TÜRKİYE'NİN EN YENİLİKÇİ İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ.

Capital'i tablet ve telefonlarınızdan ve capital.com.tr'den de takip edin, Capital alışkanlığınıza dijital bir deneyim ekleyin.

www.capital.com.tr | Google Play 'DEN ALIN | App Store'dan İndirin

Mobil Uygulma: Capital Dergisi

DB DOĞAN BURDA DERGİ

AL RIES

PAZARLAMA TAKTİKLERİ

Sorularınızı hyavuz@capital.com.tr adresine gönderebilirsiniz

STRATEJİ, TAKTİKLERDEN DAHA ÖNEMLİ

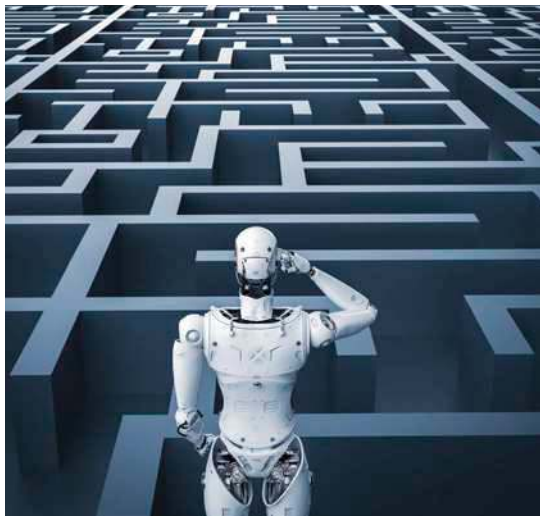
SORU: Yatırımın geri getirisi (ROI) bugün markaların yaptıkları iletişim harcamaları için en önemli konu. Sizce ROI hala bir sır olma özelliğini taşıyor mu?

Yatırımın geri getirisi (ROI) sadece bir şirketin iletişim çabalarının başarısının ölçülmesinde önemlidir. Onun sayesinde bir şirket pazarlama programında kullandığı farklı medyaların sonuçlarını takip eder. Ancak bir şirket onunla etkili bir pazarlama stratejisi geliştiremez. Zira strateji bir şirketin iletişim taktiklerinden çok daha önemlidir. Çoğu pazarlamacı şirketin stratejisiyle ilgilenmek varken etkili taktikler geliştirmeye aşırı zaman harcıyor.

YARATICILIĞI HER YERDE KULLANIN

SORU: Reklamcılık sektöründe yaratıcılık ne anlama geliyor? Sosyal medya devriminden sonra yaratıcılık değişti mi?

Yaratıcılığın anlamı orijinal fikirlerdir. Bazen bir marka orijinal bir fikre ihtiyaç duyar, bazen ise duymaz. Tüm olay o an markanın neyle yüz yüze geldiğidir. Daha iyi bir yaklaşım ise 'özel' bir fikir geliştirmek ve onu yaptığınız her şeyde kullanmaktır. Örneğin, ambalajda, PR'da ve reklamlarda.



YAPAY ZEKA İLE STRATEJİ GELİŞTİRİLMEZ

SORU: Pazarlamada yapay zekadan yeni müşteri keşfetmenin haricinde başka hangi alanlarda faydalanılabilir?

Markalar potansiyel müşterileri onlara yeni bir fayda, yeni bir özellik, daha iyi bir fiyat veya yeni bir fikir ya da kavram sunarak kazanabilir. Markanızı pazardaki diğer tüm markalardan farklılaştırmanız gerekir. Ardından hem sözel stratejiyle hem de görsel farklılıkla bu farkınızın reklamını yapmalısınız. Yapay zeka (AI) ile veri yönetimi pazarlama sürecinin yönetilmesinde faydalıdır, ancak bir marka stratejisi geliştirmek için pek işe yaramaz.

MEDYA PLANLAMA HİZMETİ NEREDEN ALINMALI?

SORU: Reklamcılık sektöründe yaratıcılık ne anlama geliyor? Sosyal medya devriminden sonra yaratıcılık değişti mi?

Müşterinin büyüklüğüne göre değişir. Daha küçük müşterilerle çalışan küçük boyutlu reklam ajanslarının müşterilerin medya planlamasını da yapması beklenir. Fakat büyük müşterilerle çalışan büyük reklam ajansları, medya planlamasının dışardan bir medya planlama şirketi tarafından yapılması kararını muhtemelen müşterilere bırakır.

HOW IT WORKS | TÜRKİYE'DE

POPULAR SCIENCE TÜRKİYE EKİBİNDEN YENİ BİR DERGİ

TEKNOLOJİ
Modern mühendisliğin sunduğu en harika olanaklar ve icatlar

BİLİM
Çağdaş dünyanın dikkat çeken bilimsel uygulamaları

UZAY
Güneş sistemi içindeki keşiflerden derin uzaya...

ÇEVRE
Gezegenimizin doğası mercek altında

ULAŞIM
Kara, hava ve deniz yolculuklarındaki en yeni gelişmeler

TARİH
Geçmişte yaşanan pek çok gizeme dair cevaplar

BİLİM VE TEKNOLOJİNİN DÜNÜ, BUGÜNÜ VE GELECEĞİ

ARALIK SAYISI BAYİLERDE

TAKİP EDİN howitworks.com.tr *howitworksturkiye* *@howitworksturkiye*

DB DOĞAN BURDA DERGİ

Deneyimler, yaşanmış hikayeler iş yaşamında her zaman ders niteliğinde değerli mesajlar taşır. Yönetim uzmanı Steve Denning The Springboard (Tramplen) adlı kitabında liderlerin organizasyonları üzerinde belirleyici olmalarının en etkili yolunun "yaşanmış ve etki gücü olan hikayeler anlatmaktan" geçtiğini söyler. Dünyada bu gerçeğin farkında olan liderler de paydaşlarına vermek istedikleri mesajları çoğunlukla "öyküleştirerek" anlatıyor. Peki, Türkiye'de durum ne? Sizin için zirvedeki iş liderlerine "iş sohbetlerinde en sık kullandıkları vurucu hikayelerini ve kıssadan hisse çıkarılsın diye verdikleri özel mesajları" sorduk. İşte birbirinden ilginç yanıtlar...

ASLI SÖZBİLİR ● asozbilir@capital.com.tr

DERS GİBİ HİKAYELER

"Merak ve sezgilerim sayesinde içine düştüğüm çoğu şey daha sonra benim için paha biçilmez deneyimlere dönüştü. Bir örnek vereyim: 1970'lerde Reed Üniversitesi muhtemelen ülkedeki en iyi kaligrafi dersini veriyordu. Okulu bıraktığım ve ders almak zorunda olmadığım için kaligrafi dersi alıp nasıl yapıldığını öğrenmeye karar verdim. Serif ve sans serif yazı karakterleri, değişik harf kombinasyonları arasındaki boşluğu ayarlama ve harika bir tipografiyi harika yapanın ne olduğu hakkında çok şey öğrendim. O dönemde bunların hayatımda pratik bir uygulama bulma olasılığı yoktu. Ama on yıl sonra ilk Macintosh'u tasarlarken, bir anda aklıma geliverdi. Bunların hepsini Mac'te kullandık. Mac güzel bir tipografiye sahip ilk bilgisayardı. Eğer o derse hiç girmemiş olsaydım, Mac hiçbir zaman çok yönlü yazı karakterlerine veya boşlukları doğru orantıda kullanan fontlara sahip olmayacaktı. Windows da Mac'ten kopyaladığına göre, hiçbir kişisel bilgisayarın bunlara sahip olmayacağı muhtemeldir. Okulu bırakmamış olsaydım, o kaligrafi dersine girmemiş olacaktım ve muhtemelen kişisel bilgisayarlar şu an sahip oldukları o harika tipografiye sahip olamayacaktı."

Bu alıntı efsanevi Apple CEO'su Steve Jobs'ın iş yaşamında sezgilerin ve merakın önemine dair anlattığı bir hikayeden. Jobs fikirlerini ve ürünlerini gerçek yaşamdan hikayelerle benimsetmekte ustaydı ve bu vurucu hikayelerin onun liderlik başarısında büyük payı vardı. Türkiye'de de liderler benimsetmek istedikleri temel mesajlarını ya gerçek deneyimlerden örnekler ya da etkilendikleri kişilerden alıntılarla veriyor. İşte Sami Kariyo'dan İbrahim Çeçen'e, Zeki Konukoğlu'ndan Nezih Barut'a duayenlerin kıssadan hisseleri…

KONUKOĞLU'NDAN HAYAT DERSİ!

Sanko Holding Yönetim Kurulu Başkanı Zeki Konukoğlu'nun ekibine sık verdiği tavsiyelerden biri şu: "Sorumluluk verilmesini beklemeyin, siz üstlenin." Bu önerisini genellikle öz deneyiminden süzülen bir hikayeyle güçlendirmeyi tercih ediyor. Konukoğlu bu hikayeyi şöyle özetliyor:

"İngiltere'de tekstil mühendisliği eğitimini tamamlayıp dönünce aile işinde çalışmaya başladım. Sabahları işe gidiyor, babam ve abimin isteği üzerine ihracatla ilgili işlere bakıyordum. Bir müddet sonra hızlandım. İşleri 3-4 saat içinde bitiriyor, sonra idari bina-

ZEKİ KONUKOĞLU

nın koridorunda çalışanlarla sohbet ediyordum. Kendi kendime, 'Bir gün buraya patron olacaksın, böyle gitmemeli' dedim ve abime gidip bana ek iş vermesini istedim. Abim, 'Daha yenisin, nasıl olsa ileride çok işin olur' dediyse de ısrar edip bir görev daha aldım. Bir iki ay sonra yeni işte de hızlandım ve abimden bir iş daha istemeye karar verdim. Odasına girmek üzereyken içimden bir ses 'Her defasında abinden iş mi isteyeceksin' deyince, geri döndüm. Her defasında iş istemek yerine, işimi, sorumluluk alanımı kendim bulmalıydım.

Abimin odasına tekrar gittiğimde üretim hesaplarını kontrol ediyordu. Her gün üretimi kontrol eder, aksayan kısımlar için gerekli arkadaşları arayıp uyarırdı. Asistanı Fatma Hanım ön hazırlıkları yapar, abim hesapları tamamlar, değerlendirmede bulunurdu. Fatma Hanım'a gittim ve hazırladığı evrakların bir kısmına el koydum. Abimin işini azaltmalıydım. Hesapları gözden geçirdim, özetlerini çıkardım ve abime götürdüm. Bana hatalarımı gösterdi, işi iyice anlayınca da o iş üstümde kaldı. O gün anladım ki üstlerimin ve benden kıdemlilerin ufak ufak işlerini üstlenip kendi sorumluluk alanımı büyütebiliyorum. Bu benim için büyük ders oldu. Bir daha hayatım boyunca hiç kimse bana yapacağım işleri söylemedi, her zaman kendi görev ve sorumluklarımı artırıp çalışma alanımı genişlettim."

İKİ LİDERİN HİKAYESİ

Dürüstlüğün önemini vurgulayabilmek için Penti Yönetim Kurulu Başkanı Sami Kariyo'nun takımıyla paylaştığı hikayeyi kendi ağzından dinleyelim:

"1980'li yılların ortası, iş hayatına yeni başladığım dönemlerdi. Çok iyi bir tüccar olan amcamın müşterileri takip ettiği kendine özgü bir sistemi vardı. Her müşteriye özel bir dosya bulunuyordu. Amcam her müşterinin cari hesabını kurşun kalemle bu dosyalarda tutardı. Normal şartlarda dosyanın girişinde müşterinin ismi, iletişim bilgileri, carisi gibi genel bilgiler yer alırken, amcamın sisteminde durum bambaşkaydı. Amcam müşterileri değerlendirirken ilk sıraya o müşterinin karakter değerlendirmesini yazardı. O kişiyi karakteriyle tasnif ederdi. İlk başta, büyük ciroya sahip müşteriden ziyade neden düşük cirolu ancak çok düzgün karakterli müşteriye farklı bir eğilim gösterdiğini anlayamamıştım. Gerçekten de ödemelerine en sadık insanlar o düzgün karakterli insanlar

"DOĞRULUĞUNA İNANDIĞIM ÖĞÜTLERİ PAYLAŞIRIM"

İBRAHİM ÇEÇEN / IC HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ALTIN TAVSİYELER

Memuriyetten istifa ederek müteahhitliğe adım attığım ilk yıllardan bu yana, benimsediğim, doğruluğuna inandığım sözlerim ve düşüncelerim vardır. Tüm çalışma arkadaşlarımın olduğu kadar birlikte iş yapmakta olduğum paydaşlarımın da benimsemesini istediğim için bu düşüncelerimi katıldığım hemen her toplantıda ve sohbette kendimi daha iyi anlatmak için tekrarlamaya çalışırım.

GÜVEN KRİTERİ

Bizim gibi Anadolu'dan iş hayatına sıfır imkânlarla atılan insanlar geri vitesi olmayan bir arabanın direksiyona geçmiş demektir. Şans gelmez şansı siz kovalayacaksınız. Dürüstlük ve çalışkanlık en büyük sermayenizdir. Müteahhitliğe adım attığım ilk yıllarda değerli bir meslektaşımın verdiği bir öğüdü hemen hemen tüm toplantılarımda tekrarlarım. "Güvenilir bir insan olmak sizi başarıya götürür. Güvenilirlik itibar getirir, itibarın da büyük bir maliyeti vardır. Onu öderseniz kazanan siz olursunuz."

PARANIN GÜCÜ

Ancak sohbetlerim veya toplantılarım sırasında bu öğütlere paranın gücünü de katmam gerektiğini hatırlatan arkadaşlarım oldu. Onlara da vereceğim cevap şöyledir; "Zengin olmak meziyet değil, tarlasında altın bulan adam zengin olur." Başlangıçtan beri, benim hiç büyük hedeflerim, zengin olmak gibi bir hayalim yoktu. Sadece o günkü işim neyse onda başarılı olmak istedim, yaptığım işten zevk aldım. Bu da beni başarıya götürdü.

arasından çıkıyor ve bu insanlar sizleri asla hayal kırıklığına uğratmıyor."

Sarkuysan Yönetim Kurulu Başkanı Hayrettin Çaycı'nın iş paydaşlarıyla "kıssadan hisse" olarak paylaştığı anekdot ise yatırımda tasarrufun önemi üzerine. Çaycı, "Dönen varlığı duran varlığa çevirirken çok tasarruflu olunması gerektiğini anlatırım" diyor. Bunu yaparken de Vehbi Koç'un 30 yıl önce halka açık şirketlerinin genel müdürleriyle yaptığı bir toplantıda anlattığı şu örneği kullanıyor:

"Rahmetli Koç ilk yatırımlarda tasarrufa çok önem verilmesi gerekliliğini vurgularken, arsanın ihtiyaca ve ilerideki büyümelere uygun seçilmesi gereğini anlatır." Binanın ihtiyaçtan 1 metrekare dahi büyük olmamasına dikkat edilmesi gerektiğini belirttir. En çarpıcı sözü de şu olur: 'Yatırımda arsa altındır, üzerine bina yapılınca gümüş olur, içerisine makine konulunca değeri tenekeye dönüşür.'"

SARAR'IN İMKANSIZLIK MESAJI

Sarar Yönetim Kurulu Başkanı Cemalettin Sarar, "İmkansız diye bir şey yoktur" mesajını tüm iş paydaşlarına aktarmak için, babasının kendisine verdiği şu yaşam dersini anlatıyor:

"Sarar fabrikasını Eskişehir Organize Sanayi Bölgesi'ne taşımak ve arsasını almak için babamla beraber randevu alıp Eskişehir Organize Sanayi Müdürlüğü'ne gittik ve Ankara yolu üzerinde bir yer beğendik. Ben orada konuşmalara dahil oldum. Müdür Bey'e, 'Bu arsanın yan tarafını bize verin' dedim. O, 'Buraya İstanbul'dan bir giyim firması gelecek' deyince ben, "Yan yana konfeksiyon fabrikası olur mu?" diye sordum. Babam da; 'Oğlum yan yana fabrikalar olsun ki Eskişehir konfeksiyon şehri olsun, hatta 100 tane olsun ki giyim sanayi şehrimizde oluşmuş olsun' dedi.

Daha sonra o yan taraftaki arsa da bize nasip oldu. İlk fabrikamızı Sarar olarak yaptık. Yandaki arsaya da ilk yaptığımız fabrikanın aynısını CCS fabrikası olarak 3 kardeşin adına kurduk. Bu benim için bir gurur oldu. 1983'te babamın söylediği sözler hala kulağımda çınlıyor. Tabii ki kaliteli yaparsan dünyanın neresinde olursan ol, o müşteri seni bulur ve gelir ziyaret eder."

KANTARCI'YI ETKİLEYEN SÖZ

GittiGidiyor Genel Müdürü, eBay MENA Bölge Direktörü Öget Kantarcı'nın ekibiyle paylaştığı kıssadan hissesi, sorumlulukları kişiselleştirmemek üzerine… Kendi iş yaşamından bir kesiti barındıran anektodu şöyle anlatıyor:

"Koç Üniversitesi'nden mezun oldum, Peugeot'da ticari araç sorumlusu olarak işe başladım. İyi bir üniversiteden mezun olmuştum, çok iyi derecede yabancı dilim vardı. Dolayısıyla masa başında bir iş yapacağımı düşünüyordum. Ancak üç ay boyunca Peugeot'ta görevim ticari araç teslimatı yapmak oldu. Hatta teslim edilecek araçları bana yıkattılar. Bu durumu sorguladığımda, o dönemki yöneticim Yüksel Sungurtekin bana çok önemli bir hayat dersi verdi, 'Çalışırken ismini bir ceket gibi düşünüp her sabah kenara asacaksın' dedi. Bu ders bana çalışma hayatında hiçbir şeyi kişisel olarak almamayı öğretti."

Orka Holding Yönetim Kurulu Başkanı Süleyman Orakçıoğlu ise son zamanlarda en çok "kısa zamanda başardıkları yurt dışı atılımlarına dair" hikayeler paylaştığını söylüyor. Orakçıoğlu anlatımını şöyle özetliyor: "30 yıl önce bu işe başladığımızda Michael Jackson, Jose Mourinho gibi isimlere ürün satabileceğimiz kimsenin aklından geçmezdi. Fakat bir Barcelona- Chelsea maçı esnasında, o sıralar Chelsea kulübünü çalıştıran Mourinho'nun oyuncuların elinde markamızın poşetlerini gördükten sonra mağazamızdan alışveriş yapmış olması, işimizi iyi yapmaya devam edersek başaramayacağımız şey olmadığının göstergesi."

BARIŞ, YERLİLERDEN NE ÖĞRENDİ?

AstraZeneca Türkiye Ülke Başkanı Serkan Barış'ın iş paydaşlarına sıkça anlattığı hikayesi yaşamın özünü anlayarak zorlukları aşabilmek üzerine… Barış anektodu şöyle anlatıyor:

"Bu hikaye, Meksika Yerlileri tarafından hayata geçirilen Toltek bilgeliğini yansıtıyor. Meksikalı yazar Don Miguel Ruiz, 'Dört Anlaşma' isimli kitabında Toltek bilgeliğinin ilkelerini sade bir dille anlatıyor. Kitapta, herkesin kendi hayatına ve çevresine uygulayabileceği bu 'dört anlaşma'; 'kullandığımız sözcükleri özenle seçmek', 'hiçbir şeyi kişisel algılamamak', 'varsayımlarda bulunmamak' ve 'elimizden gelenin en iyisini yapmak' başlıklarında değerlendiriliyor. Bu başlıkları içsel-

"MOTİVASYON VERİCİ TECRÜBELERİMİZİ ANLATIRIM"

NEZİH BARUT / ABDİ İBRAHİM YÖNETİM KURULU BAŞKANI

CESARET VE İDDİA

Yakın çalışma arkadaşlarımın benden en sık duydukları kelimeler cesaret ve iddiadır. Benim en güçlü hikayelerimin özünde daima bu iki kavram var. Herhangi bir konuda motivasyon vermek, çevremdekileri daha iyisini yapmaya yönlendirmek istediğimde geçmişte ve bugün cesaretle, azimle çalıştığımızda şirket tarihimizde neleri başardığımızı örnekleriyle anlatmaya özen gösteririm.

ZİRVE TUTKUSU

Mesela aile şirketimizde üçüncü kuşak olarak işe başladığım dönemde sık sık eczane ziyaretleri yapardım. Bu ziyaretlerden birinde, yakın bir eczacı dostumuz bana Abdi İbrahim'in kan kaybettiğini söyledi. Gerçekten de öyleydi, şirketimiz 32'nci sıradaydı. Konjonktür gereği o dönemde temel meselemiz işi ayakta tutmak olmuştu. Duyduğum bu söz bana çok dokundu. Eczacı dostumuza Abdi İbrahim'in sektöründe birinci firma olacağını söyledim, böyle bir iddia beyan etmiş oldum. Kendime de şirkete de güveniyordum. Bu iddiamın arkasında durmak için çok çalıştım. Sahada, üretimin her kademesinde, ürünü eczaneye ulaştıran tüm süreçlerde, pazarlamada, satışta görev aldım. 2002'de o eczacı dostuma ve kendime verdiğim söz gerçek oldu.

leştirip hayatınıza adapte ettiğinizde, zor anları daha kolay aşabildiğinizi ve daha mutlu olduğunuzu hissedeceksiniz."

Nef Yönetim Kurulu Başkanı Erden Timur ise sohbetlerde sık sık sahip olduğumuz yeteneklerin bize "borç olarak verildiği" hatırlatmasını yapıyor. Konuyu Einstein'dan bir alıntıyla nasıl aktardığını ise şöyle özetliyor:

"Einstein'a birisi soruyor; 'Biz dünyada ne kadarız?' Einstein da kaleminin ucunu gösterip diyor ki 'Dünya bu kadar. Bir de sen kendini düşün!'. Einstein, hiçliği anlatırken de diyor ki 'Vakumlu bir ortamdaki ışığın hızı dışındaki her şey hayatta izafidir.' İnsan kendinde ne olduğunu düşünüyorsa Einstein'ın o sözünü aklına getirebilir. Dünya bir kalem ucu kadarken, biz kendi çalışkanlığımıza, kendi kabiliyetlerimize anlam yüklemeye çalışmamalıyız."

LEBLEBİCİ, NİYE PES ETMİYOR?

TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici ekibiyle yaptığı toplantılarda genellikle değişen koşullara hazırlıklı olabilmek üzerine anektodlar paylaşıyor. Banka olarak tenis sporuna destek verdikleri için örneklerini de buradan veriyor. Leblebici ekibine şöyle sesleniyor: "İşi bir tenis maçı gibi düşünün. Hayat da öyle… Top hep aynı yerden gelmiyor. Hep aynı yerden gelmiyor diye şikayet etmenin de bir anlamı yok. Top farklı yerden geliyorsa ayrı pozisyon alacaksın, ona göre vuracaksın. Hepsine nasıl yaklaşacağını bilmen gerekiyor. Böyle bakarsak işi yönetmek daha basit olur."

Ziylan Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Büyükekşi'nin de kıssadan hissesi hedeflerin sonsuzluğu üzerine… Büyükekşi, bu vurgusunu çevresiyle şu şekilde paylaşıyor:

"1985 yılında günlük bin çift üretim yapan bir tesis kurduk. Türkiye'de o zaman en çok üretim yapan şirket 6 bin çift üretim yapıyordu. Kendimize bir hedef koyduk. Ben dedim ki 6 bin çifti geçeceğiz. 3 yıl gibi kısa bir sürede bu rakama ulaştık. Sonrasında madem Türkiye'nin en büyük ayakkabı üreticisiyiz artık yurt dışına gidip başka yatırımlar peşinde koşalım dedik. Uzakdoğu'ya gittik, hedefimiz bir battaniye yatırımı yapmaktı. Ama Kore'de ve Tayvan'da günlük 30 bin, 50 bin çift ayakkabı üreten fabrikaları gördük. O zaman dünya ölçeğinde bizim hiçbir şey olduğumuzu anladık. Battaniye yatırımından vazgeçtik. Güney Kore'den iki tane üretim bandı satın aldık. Ve 1991 yılında üretimimizi 14 bin çifte çıkardık. Yani koyduğunuz hedefe ulaştığınız anda göreviniz bitmiyor. Özellikle yurt dışında başka örnekleri gördükçe, karşılaştırma şansınız oldukça hep daha ileri hedefler koymanız gerektiğini anlıyorsunuz."

KidzVIP Card ile 1 yıl boyunca kesintisiz eğlence!

Yılbaşına özel
~~419 TL~~
389 TL

Çocuğunuz için en eğlenceli yeni yıl hediyesi KidzVIP Card, yılbaşına özel 419 TL yerine 389 TL. KidzVIP Card'ı www.kidzmondoistanbul.com'dan veya KidzMondo gişelerinden 6 taksit imkânıyla alabilirsiniz.

Kidz Mondo®
ÇOCUKLARIN DÜNYASI
TRUMP İSTANBUL

#kidzmondoistanbul | www.kidzmondoistanbul.com

SPONSORLARIMIZ

Hürriyet KANAL D PEGASUS ÜLKER

Aytemiz Bahçeşehir Koleji BEREKETDÖNER Bilişim Garaj Akademisi CADDE SANAT Çokokrem Çokoprens DANKEK dream FABER-CASTELL Golf Hilton komşufırın MIGROS MNGkargo Slow Türk 95.3 SUZUKI Ülker yupo

4 KUŞAKLI

İK'cıların yeni gündemi "4 kuşaklı" yönetim... Çünkü uzun zamandır beklenen Z kuşağı, yavaş yavaş işgücü piyasasına dahil oluyor. Stajyer olarak iş hayatına giren 2000 ve sonrası doğumlu Z kuşağı gençler, birkaç yıl içinde daha etkin biçimde kadrolardaki yerlerini alacak.

Türkiye'de her 2 çalışandan 1'i, 1980-1999 yılları arasında doğmuş olan Y kuşağından. Önümüzdeki 10 yılda bu oranın yüzde 70'lere çıkacağı tahmin ediliyor. Yani 10 yıl içinde Türkiye'deki her 10 çalışandan 7'si Y kuşağı kapsamına girecek.

"Baskın jenerasyon" olarak Y kuşağının öne çıkması, iş dünyası için sürpriz bir gelişme değil. Hem İK uzmanları hem şirket yöneticileri, uzun zamandır bu gelişmeye hazırlanıyordu. Şimdilerde ise gündemde "En genç kuşak" olan Z'ye hazırlık var... Çünkü, 2000 ve sonrasında doğan gençler, önümüzdeki birkaç yılda yavaş yavaş iş hayatına dahil olacak. Bu sayede şirketlerin çalışan yaş ortalaması hızlı gençleşirken, Z kuşağıyla birlikte çalışan profilleri de "4 jenerasyonlu" bir kimliğe bürünecek.

Aslında işgücü piyasasındaki değişim, nüfusun genel yapısıyla doğru orantılı. Türkiye genelindeki kuşak dağılımı, çalışan nüfusuna da net biçimde yansıyor. Halihazırda çalışan kesimin yaklaşık yüzde 55-58'ini Y kuşağı oluşturuyor. İşgücünün yüzde 35'i X kuşağı, yüzde 10-13'lük kısmı ise "Baby Boomers" kuşağından.

10 YILDAKİ HIZLI DEĞİŞİM

Şirketler cephesinden gelen rakamlar ve son 10 yılda yaşanan gelişmeler de bu Türkiye tablosuyla uyumlu. Birçok şirkette şu andaki baskın kuşak Y jenerasyonu. Çalışanlarının yüzde 18'i X, yüzde 78'i Y,

DÖNÜŞÜM!

Türkiye'de 80 öncesi doğan X kuşağının iş yaşamındaki ağırlığı azalırken, bugün her iki çalışandan biri 80 sonrası doğan Y kuşağına mensup. Y'ler her kademede olduğu gibi yönetimde de hakim konuma geçiyor. Peki 4 kuşaklı çalışan profili, şirketlerin İK politikasını nasıl dönüştürecek? Şirketler, 4 farklı kuşağı kapsayan İK stratejilerinde nelere odaklanacak?

YASEMİN ERDOĞAN • yerdogan@capital.com.tr

yüzde 4'ü ise Z kuşağından olan Yıldız Holding onlardan biri. Çalışan yaş ortalamasının 30 olduğunu belirten Yıldız Holding İK Grup Başkanı Saynur Önen, "Geçmiş dönemde X kuşağı, Y kuşağına göre daha belirgin oranlarda işe alınmaktaydı. Ancak Y kuşağının iş tecrübesinin artması alım oranlarını da artırdı" diyor.

Migros'un çalışan yaş ortalaması ise 31. Şirketteki Y kuşağı oranı 10 yıl önce yüzde 54 iken, bugün yüzde 80'e yükselmiş durumda. Migros İK Direktörü Olcay Yılmaz Nomak, bu değişimin yansımalarını şöyle anlatıyor:

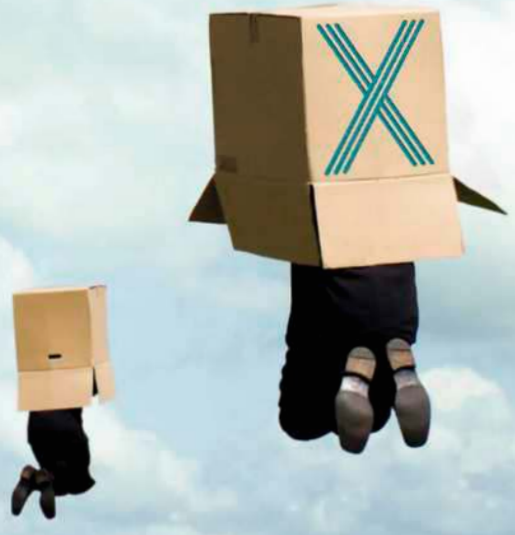
"Son 10 yılda özellikle Y kuşağının iş hayatındaki varlığı artmaya başladı. Yüzde 80 oranında Y kuşağı çalışana sahip bir şirket olarak, yönetim kadrolarımızın yüzde 98'ini iç kaynaklarımızdan sağlıyoruz. Yöneticilerimizin de yüzde 70'i Y kuşağından oluşuyor."

Y kuşağının baskın olduğu şirketlerden bir diğeri Logo Yazılım. "Çalışanlarımızın yüzde 72'si Y kuşağından" diyen Logo Yazılım İnsan ve Organizasyonel Dönüşüm Süreçlerinden Sorumlu İcra Kurulu Üyesi Hande Yalgın, şunları söylüyor: "Şirketimizin

(%) **18 şirkette kuşak dağılımı nasıl?**

	Şirket	Boomers	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
1	Akçansa	1,0	41,0	58,0	0,0
2	Akbank	1,0	32,0	67,0	0,0
3	Astra Zeneca	1,0	43,0	56,0	0,0
4	Borusan Holding	1,0	25,0	73,0	1,0
5	British American Tobacco	0,0	25,0	75,0	0,0
6	Garanti Bankası	1,0	24,0	75,0	0,0
7	Gittigidiyor	0,0	14,0	86,0	0,0
8	Goodyear Türkiye	1,0	28,0	71,0	0,0
9	Hepsiburada	0,5	11,0	88,0	0,2
10	Logo Yazılım	1,0	27,0	72,0	0,0
11	Migros	0,0	20,0	80,0	0,0
12	n11	0,3	18,4	81,2	0,0
13	Pfizer	0,5	44,5	55,0	0,0
14	Roche	1,0	48,0	51,0	0,0
15	Schneider Electric	1,5	34,0	64,0	0,5
16	Şok Marketler	0,1	6,0	91,7	2,0
17	Yapı Kredi Bankası	0,5	30,7	68,8	0,0
18	Yıldız Holding	0,0	18,0	78,0	4,0

Not: *Veriler, şirketlerden alındı. Z kuşağı çalışanlar, Şok Marketler'de market ve depo elemanı, Yıldız Holding'de stajyer, Schneider Electric'te stajyer ve üretimde işçi pozisyonunda yer alıyor.*



çalışan yaşı ortalaması 34. Orta ve üst düzey yöneticilerimizin yüzde 68'i X, yüzde 30'u Y kuşağına mensup."

ÜST KADEMEDE "Y" ATAKTA

Yönetim kademesindeki kuşak dağılımı ise genel tablodan biraz daha farklı. Örneğin orta kademe yönetim seviyesinde Y kuşağının yükselişi dikkat çekici. Üst seviyede ise halen X hatta baby boomers (BB) jenerasyonu aktif.

Y kuşağının yönetici kadrosundaki artan ağırlığını sektör bağımsız tüm şirketlerde görmek mümkün. Özellikle teknoloji ve perakende sektörlerinde… Şok Marketler onlardan biri. Şirket çalışanlarının yüzde 91,7'sini, yönetici kadrosunun ise yüzde 75'ini Y kuşağı oluşturuyor. Yönetim kademesinde Y kuşağı oranı Migros'ta yüzde 70, Gittigidiyor'da ise yüzde 66.

İlaç sektöründeki eğilim de benzer şekilde. AstraZeneca Türkiye İK Direktörü Feyza Aysan, "Toplam çalışanlarımızın yüzde 56'sı, yönetim kadememizin ise yüzde 25'i Y kuşağı. Son dönemdeki orta ve üst kademe yeni alımlarımızda Y kuşağı yoğunlukta" diyor.

Logo Yazılım İnsan ve Organizasyonel Dönüşüm Süreçlerinden Sorumlu İcra Kurulu Üyesi Hande Yalgın, bilişim sektöründe Y kuşağının yükselişine dair şu yorumu yapıyor: "Okul ve meslek seçimlerinde teknolojiye yönelen bu kuşağın sayısı bilişim sektöründe hızlıca arttı. Y kuşağının ağırlığının artmaya devam edeceğini öngörüyoruz."

Roche Türkiye'de de benzer bir eğilim var. Roche Diagnostik Türkiye İK ve İletişim Direktörü Banu Gülsün, "Son 10 yılda Y kuşağından çalışanların sayısının hızla arttığını söyleyebiliriz. Y kuşağı artık üst yönetim kadrolarında da yer alıyor. Bu artışın en temel sebebi elbette demografik değişim. Bu artış önümüzdeki dönemlerde de devam edecek" diyor.

(%) **Yönetici kadrosu hangi kuşaktan?**

	Şirket	Boomers	X Kuşağı	Y Kuşağı
1	Akçansa	0	54	46
2	Akbank	6	68	27
3	Astra Zeneca	9	66	25
4	Borusan Holding (üst kademe)	20	80	0
5	Borusan Holding (orta kademe)	0	65	35
6	British American Tobacco	0	35	65
7	Garanti Bankası	2	74	24
8	Gittigidiyor	0	34	66
9	Goodyear Türkiye	2	43	55
10	Hepsiburada	3	44	53
11	Logo Yazılım	2	68	30
12	Migros	0	30	70
13	n11	1	30	69
14	Pfizer	0	61	39
15	Roche	0	78	22
16	Schneider Electric	0	71	29
17	Şok Marketler	0	25	75
18	Yapı Kredi Bankası	3	76	21
19	Yıldız Holding	3	47	50

Not: *Not: Şirketler alfabetik sıralandı. Veriler, şirketlerden alındı.*

YENİ ALIMDA KİM ÖNDE?

Şirketlerin son birkaç yıldaki yeni işe alımlarına bakıldığında, ağırlığın yine Y kuşağında olduğu gözleniyor. Özellikle teknoloji ve perakende sektöründe Y kuşağının baskınlığı dikkat çekiyor. My Executive Kurucu Ortağı Müge Yalçın, "Şirketler 10 yıl önce yönetim kademelerine yeni alımlarda belli

BANKALARDA ÜST YÖNETİMDE X, ORTADA Y KUŞAĞI BASKIN

GARANTİ'NİN YÜZDE 75'İ Y

Garanti Bankası'nda yaş ortalaması 34. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı OSMAN TÜZÜN, şu bilgileri veriyor: "Yöneticilerimizin yüzde 74'ü X, yüzde 24'ü Y, yüzde 2'si ise baby boomers kuşağında yer alıyor. Y kuşağı çalışanlarımızın oranı son 10 yılda yüzde 53'ten yüzde 75'e yükseldi. Üç farklı kuşağı yönetmek konusunda belli İK stratejilerimiz var. Eğitimler düzenliyoruz. Bu noktada, yöneticilerimize çalışan iletişimlerinde açık ve net olmaları için gerekli yönlendirmeleri yapıyoruz."

YAPI KREDİ'DE NASIL?

Yapı Kredi Bankası çalışanlarının yüzde 68,8'i Y kuşağına mensup. İkinci sırada yüzde 30,7 ile X kuşağı geliyor. "Henüz Z kuşağından çalışanımız yok" diyen Yapı Kredi Genel Müdür Yardımcısı HAKAN ALP, sözlerini şöyle sürdürüyor: "10 yıl öncesiyle karşılaştırdığımızda yüzde 35'ten yüzde 69'a yükselen oranla en büyük artışı Y kuşağında görüyoruz. Bu değişimde Y kuşağının iş hayatına daha fazla entegre olması etkili oldu. Orta kademe yönetici alımlarımızda Y kuşağı, üst kademede ise X kuşağı çoğunlukta."

TRUMP KÜLTÜR VE GÖSTERİ MERKEZİ

ARALIK 2018

TİYATROSEVERLERİ BEKLERİZ!

TRUMP
ALIŞVERİŞ MERKEZİ

MECİDİYEKÖY / ŞİŞLİ
0 212 348 78 67

/TrumpAVM

www.trumpalisverismerkezi.com

ÇOCUK OYUNLARI

CANIM KARDEŞİM MÜZİKALİ 2

8 Aralık Cts. 12.00/14.00

ŞEKER PORTAKALI

9 Aralık Paz. | 14.00

MAŞA İLE KOCA AYI

15 Aralık Cts. | 12.00/14.00
30 Aralık Paz. | 12.00/14.00

KUTUP MACERASI

16 Aralık Paz. | 12.00

ASLAN İLE FARE

16 Aralık Paz. | 14.00

TAŞ DEVRİ MACERALARI

22 Aralık Cts. 12.00/14.00

KÜÇÜK KARA BALIK

23 Aralık Paz. | 14.00

YETİŞKİN OYUNLARI

MEÇHULPAŞA

1 Aralık Cts. | 20.30
26 Aralık Çarş. | 20.30

ŞEN MAKAS

2 Aralık Paz. | 18.30

FERHANGİ ŞEYLER

3 Aralık Pzt. | 20.30
20 Aralık Perş. | 20.30

NOTRE DAME QUASİMODO MÜZİKALİ

4 Aralık Salı | 20.30
27 Aralık Perş. | 20.30

KİBARLIK BUDALASI

5 Aralık Çarş. | 20.30
18 Aralık Salı | 20.30

ALPAY KONSERİ

8 Aralık Cts. | 20.30

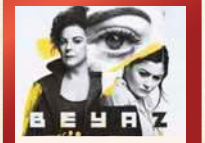
BİR DELİNİN HATIRA DEFTERİ

9 Aralık Paz. | 18.00

ÖLÜ OZANLAR DERNEĞİ

10 Aralık Pzt. | 20.30

BEYAZ



11 Aralık Salı | 20.30

SUNAY AKIN İLE GÖRÇEK

12 Aralık Çarş. | 20.30

SERMİYAN MİDNİGHT

13 Aralık Perş. | 20.30

TAMAMLA BİZİ EY AŞK

14 Aralık Cuma | 20.30
21 Aralık Cuma | 20.30

ASİ KUŞ

15 Aralık Cts. | 20.30

İNTİHARIN GENEL PROVASI

16 Aralık Paz. | 18.00

YAŞAMAYA DAİR

17 Aralık Pzt. | 20.30

TEFTİŞÖR

19 Aralık Çarş. | 20.30

AHUDUDU

22 Aralık Cts. | 20.30

ÇİÇEKÇİ SOKAĞI CİNAYETİ

23 Aralık Paz. | 18.00

MAHŞER-İ CÜMBÜŞ

24 Aralık Pzt. | 20.30

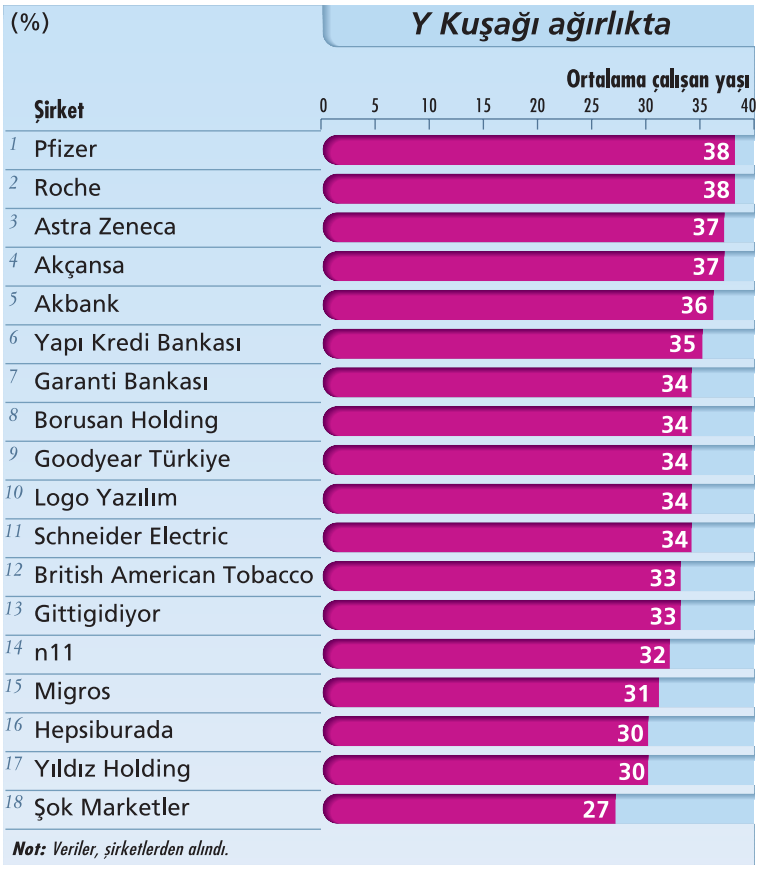
AŞK HALLERİ

25 Aralık Salı | 20.30

AZİZNAME

28 Aralık Cuma | 20.30

BİLETLER BİLETİX VE TRUMP KÜLTÜR VE GÖSTERİ MERKEZİ GİŞESİNDE



KUŞAK YÖNETİMİ NASIL OLMALI?

ÇEŞİTLİLİĞİ YÖNETMEK

Dinamo Danışmanlık Kurucu Ortak EVRİM KURAN, jenerasyon çeşitliliğinin çok kritik bir yönetim konusu olduğunu belirtiyor. Kuran'ın değerlendirmesi şöyle: "Türkiye'de şimdilik 3 kuşak bir arada çalışıyor ancak pek yakında dördüncüsü de sisteme girecek. Farklılık zenginliktir. Bu zenginlikten fayda yaratabilirsiniz. Bunun yöntemi açık: Statü sembollerine takılmaksızın farklı kuşakları aynı masaya oturtmak ve kolektif bir çalışma kültürü yaratmak. Zor ama mümkün."

EMPATİ ŞART

Odgers Berndtson Türkiye Yönetici Ortağı AYŞE ÖZTUNA BOZOKLAR'ın şirketlere önerileri şöyle: "Şirketlerin ve yönetimlerinin güncel kalabilmeleri için genç fikir ve kavrayışa ihtiyaçları her zamankinden daha da fazla artmış durumda. Bu nedenle ancak yönetim ekiplerini gençleştirerek farklı bakış açılarıyla beslenebilen şirketler sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilecek. 4 kuşaktan doğru profillerle birlikte güven ortamında çalışan ekipler yarının başaranı olacak."

bir yaşın üzerinde adaylara yönelirken bugün daha genç adaylar tercih ediliyor" diyor.

Şirket yöneticileri de uzmanlarla aynı fikirde. Akçansa Genel Müdür Yardımcısı Berrin Yılmaz'a göre Y'nin yükselişindeki temel sebep, bu kuşağın tecrübelerinin artması ve yönetici rollerinde hızla yükselmeleri. Yılmaz, Akçansa'daki yönetici profiline dair şunları söylüyor: "Orta ve üst kademede X ve Y kuşakları yakın oranlarda diyebiliriz. Böylelikle tecrübeyi ve dinamizmi birleştirerek çeşitliliği sağlıyoruz."

Hepsiburada İK Direktörü Burcu Çilingir, son dönemde orta ve üst kademe işe alımların önemli bir kısmını Y kuşağından gerçekleştirdiklerini dile getiriyor.

BURCU ÇİLİNGİR

BANU GÜLSÜN

Yaş ortalaması 34 olan Goodyear'da da yeni alımlarda Y jenerasyonu baskın. Goodyear Türkiye İK Direktörü Selda Kalleci, "Üst düzey kademelere yapılan alımlarda halen X kuşağı baskın olsa da orta düzey yöneticilerde Y kuşağı daha aktif diyebiliriz. Geçmiş yıllarda ise tüm yönetici kademesini X kuşağı oluşturuyordu" diyor.

Roche Diagnostik Türkiye İK ve İletişim Direktörü Banu Gülsün, yeni yönetici alımlarında son 10 yıla bakınca X kuşağının daha baskın olduğunu, ancak son 5 yıla göre Y kuşağının arttığını ve oranların yarı yarıya eşitlendiğini vurguluyor.

Schneider Electric de yönetim kademesinde Y kuşağının yoğun olduğu şirketlerden. Şirketin Türkiye, İran ve Orta Asya İK'dan sorumlu genel müdür yardımcısı Neslihan Ogan Gümrükçü, "Yeni pozisyonların yüzde 81'i Y kuşağı tarafından dolduruluyor" diyor.

KUŞAKLARA ÖZEL YÖNETİM

Türkiye'deki şirketlerde genelde 3 kuşak bir arada olsa da perakende, teknoloji gibi işe başlama yaşının daha erken olduğu sektörlerde 4 kuşağın birlikte çalıştığı örnekler de az değil. Uzmanlara göre jenerasyon çeşitliliği arttıkça kuşaklar arası ilişkileri yönetmek daha kritik bir hal alıyor. Peki bu çeşitlilik nasıl yönetiliyor?

Yıldız Holding, yüzde 4 oranındaki Z kuşağı çalışanla İK yelpazesi en geniş grup. Şirket, farklı kuşakları yönetirken mentorluk, tersine mentorluk ve koçluk sistemini kullanıyor. Yıldız Holding İK Grup Başkanı Saynur Önen, her kuşaktan çalışanı dinlediklerini, tüm geri bildirimleri analiz ederek herkese hitap eden politikalar ortaya koyduklarını söylüyor.

Şok Marketler'de de 4 farklı kuşak bir arada çalışıyor. Şok Marketler İK Direktörü Selim Çelebi,

Hem kod yazıyoruz hem de geleceği!

KidzMondo'da TeknoPark hafta sonu atölyeleri başladı!

KidzMondo TeknoPark'a gelen çocuklar, günlük hayatta kullanabilecekleri basit ve akıllı teknolojileri kendileri üretmeyi öğreniyor!

MEB Onaylı Eğitimler
5-6 / 7-9 / 10-12
Yaş Gruplarına:
- Kodlama
- Mobil Kodlama*
- 3D Tasarım
- Robot Tasarım

* Sadece 7-12 yaş arası içindir.

Deneme dersleri ve avantajlı fiyatlarla kayıt için
0212 348 10 00

Bilişim Garaj Akademisi

KM TeknoPark

#kidzmondoistanbul | www.kidzmondoistanbul.com

KidzMondo Çocukların Dünyası
TRUMP İSTANBUL

SPONSORLARIMIZ

Hürriyet · Kanal D · Pegasus · Ülker · Aytemiz · Bahçeşehir Koleji · Bereket Döner · Bilişim Garaj · Cadde Sanat · Çokokrem · Çokoprens · Dankek · dream · Faber-Castell · Golf · Hilton · komşufırın · Migros · MNG kargo · Show Türk 95.3 · Suzuki · Ülker Yupo

farklılıkları nasıl yönettiklerini şöyle anlatıyor: "Her kuşağa uygun pozisyonlar ve iş tanımları bulunuyor. Çalışanlarımızı eğitimlerle destekliyoruz. BB ve X kuşaklarının tecrübelerini, Y ve Z kuşaklarının dijital ve inovatif becerileriyle harmanlıyoruz."

Borusan Holding'de ise her 100 çalışandan biri baby boomers, 1'i de Z kuşağı. 4 jenerasyonun beraber çalıştığı şirkette en baskın grup yüzde 73 ile Y kuşağı. Borusan Holding İK Grup Başkanı Nursel Ölmez Ateş, "Giderek artan kuşak çeşitliliğinin farkındayız ve İK politikalarımızı farklılaşan ihtiyaçlar doğrultusunda yeniden şekillendiriyoruz" diyor.

Hepsiburada, Z kuşağına mensup çalışan alımlarına başlamış durumda. 4 kuşağın bir arada olduğu şirkette, işin sırrı iletişim ve ortak kültür. Hepsiburada İK Direktörü Burcu Çilingir, dikkat ettikleri noktaları şöyle sıralıyor: "Şirket DNA'sına uygun kişileri bünyemize katıyoruz. Kuşak farklılıklarına dönük gelişim programlarımızı sürdürüyoruz."

İŞİN SIRRI NEREDE?

Uzmanlara göre farklı jenerasyonların yönetiminde işin sırrı "kuşakları tanımaktan" geçiyor. Randstad Stratejik Çözümler ve Halkla İlişkiler Müdürü Ener Öztürk'e göre iletişim ve adaptasyon, iki unsur olarak şirketlerin masasında duruyor. Öztürk'ün görüşleri şöyle: "Denge öne çıktı. Baby boomer ve X kuşağının iş sadakati ve istikrarıyla Y ve Z kuşaklarının yenilikçi ve hızlı yapısını birleştirmek önem kazandı."

HRM Danışmanlık Yönetici Ortağı Ayşegül Davutoğlu, koçluk ve tersine mentorluk programlarıyla kuşaklar arası görüş farkının aşılabileceğini hatırlatıyor. Şirketler de bu noktaların bilincinde. Üç kuşağın bir arada çalıştığı Arçelik'in uygulamalarını İK direktörü Buket Çelebiöven anlatıyor: "Tersine mentorluk projemiz var. Bu projeyle yöneticiler, genç neslin beklentileri ve en son trendler hakkında bilgi sahibi olurken genç çalışanlarımız da Arçelik'in hikayesini ilk elden öğreniyor. Kuşaklar arası bilgi ve ilişki boşluğu kapanıyor."

Pfizer Türkiye İK Lideri Serra Uluışık, çeşitliliğin bir zenginlik olduğunu düşünüyor. Uluışık, stratejilerini şöyle aktarıyor: "Farklı fonksiyonlardan oluşan takımlarda farklı kuşakların bir araya gelerek bir proje üzerinde çalışmaları için optimum ortamı yaratmaya çalışıyoruz. Dinamik ve iletişime her zaman açık bir çalışan profilimiz var."

Üç kuşağın bir arada çalıştığı, Z kuşağının ise stajyer olarak deneyim kazandığı şirketlerden biri de BAT Türkiye. Şirketin kuşak yönetimi politikasını Türkiye ve Kuzey Afrika İK Direktörü Gökçe Kulak anlatıyor: "Farklı kuşaklardan yeteneklerle çalışmak güç kazandırıyor. İK stratejilerimizi onların talep ve beklentilerine göre dizayn ediyoruz."

Z'YE HAZIRLIK REÇETESİ

TEKNOLOJİ NESLİ

Z'lere dönük İK gündemi teknoloji üzerine inşa ediliyor. Goodyear Türkiye İK Direktörü SELDA KALLECİ, stratejilerini şöyle özetliyor: "Z kuşağıyla lise stajyerleri sayesinde çalışma fırsatı buluyoruz. Onların teknolojiye olan yatkınlığından faydalanmak için uygun görevleri belirlemeye özen gösteriyoruz. Koçluk ve geri bildirim çalışmalarımız var."

AÇIK İLETİŞİM

Nielsen Türkiye İK Direktörü EBRU ODABAŞI, "İK yöneticileri için artık denkleme yeni bir profil eklendi" diyor. Nielsen'de neler yaptıklarını ise şu sözlerle özetliyor: "Aslında işin özünde açık iletişim, esneklik ve farklılıkların kucaklanması yatıyor. Bu bakış, işlerin özerk bir şekilde yönetilebilmesine de olanak sağlıyor."

Z'LER NE İSTER?

n11.com İş Destek Genel Müdür Yardımcısı M. OZAN AKAT, Z'lere dönük hazırlıklarını şöyle anlatıyor: "Stajyerlerimiz arasında 1999 doğumlular var. Kadrolarımızda da yer bulacaklarını öngörüyoruz. Z kuşağı teknolojiye daha yakın ve daha hızlı gelişim gösteren bir jenerasyon. Genç ve yenilikçi bir ekip olmamız ve yarattığımız kurum kültürümüzle onları karşılamaya hazırız."

EĞİTİM ŞART

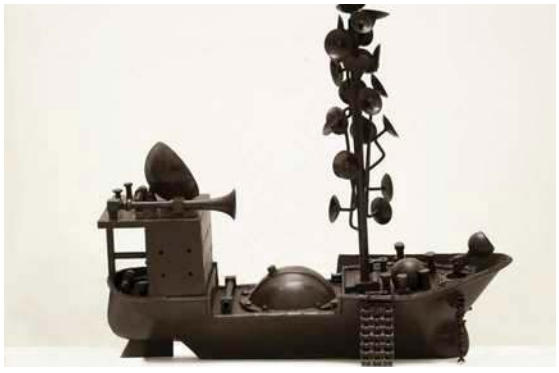
Gittigidiyor da Z kuşağına dönük eğitime başlayan şirketler arasında yer alıyor. eBay Gelişmekte Olan Avrupa Ülkeleri ve GittiGidiyor Çalışan Deneyimi İK Direktörü MURAT YÜKSEL, "Henüz Z kuşağı çalışanımız yok ancak yakın zamanda dahil olacak. Bu sebeple şimdiden Z kuşağını anlamak için eğitimler düzenliyoruz" diyor.

ESNEK ÇÖZÜMLER

Son 1 yıldır Z kuşağıyla çalışma imkanı bulduklarını söyleyen Schneider Electric Türkiye, İran ve Orta Asya İK'dan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı NESLİHAN OGAN GÜMRÜKÇÜ, yeni nesle nasıl hazırlandıklarını şöyle anlatıyor: "Z kuşağına hiyerarşiden uzak, geribildirimlere açık bir çalışma ortamı sağlamak önceliklerimiz arasında. Flexibility@work ve STEP-UP isimli uygulamalarımız var."

TAG | TRUMP ART GALLERY

TRUMP AVM
B3 KATI



METALİST MANİFESTO
KARMA HEYKEL SERGİSİ

Sanatçılar: Ahmet Doğan, Berk Kakeci, Berke Uysal, Büşra Kölmük, İrem Kopuz, Kağan Ezal, Mert Çıkılmazkaya, Mete Özyıldırım, Muzaffer Tuncer, Oğuz Savan, Ozan Temelli

01 Aralık 2018 - 02 Ocak 2019

Küratör: Kenan Bahadır Derre

ALİ ÖZGENÇ

ali@algoritmaconsulting.com

Cam kafes

Araştırmalara göre Türkiye'de 54 milyon 300 bin internet kullanıcısı var ve bu kullanıcılar günde ortalama 7 saatlerini internette harcıyor. 51 milyon kişi ise sosyal medya kullanıyor. Sosyal medyaya günde harcanan süre 2 saat 48 dakika. İnternette harcanan sürenin 2 saat 44 dakikası video izlemeye gidiyor, 1 saat 22 dakikası ise müzik servislerine. Sosyal medyanın sığlaştırıcı etkisi inkar edilemez. "O ne yapmış, bu ne yemiş" gibi konular ilgi odağı. Eğer dikkatli olmazsak, hem kendimiz hem de toplum için en faydasız içeriği tüketir hale geleceğimiz ortada. İnternette kişiler kendilerine hazır geleni alıyor, araştırma ve öğrenme duygusu ise kayboluyor. Google ne aradığımızı bildiğimiz konularda bize yardımcı olmakta gerçekten iyi, ancak ne istediğimizi bilmediğimiz durumlarda aynı şey söylenemez.

ALGORİTMALARIN HÜKÜMDARLIĞI

2011 yılında yayımlanan "Filtre Balonu: İnternetin Sizden Sakladıkları" adlı kitabında Eli Pariser, toplumdaki her bireyin kendi için oluşturulan bilgilerden süzülen bir balonun içine hapsedildiğini anlatıyor. Filtre Balonu dünyayı algılama şeklimizi ve internette neyi görüp neyi görmeyeceğimizi kontrol ederek görünmez bir şekilde değiştiriyor. Bu balon internetteki günlük hareketlerimiz sonucunda algoritmalara verdiğimiz bilgilerle oluşuyor. Görüntüde internetin bizim için kişiselleştirilmesine hizmet eden bu model, birçok bilgiye ulaşmamızı zorlaştırıyor ve bir süre sonra manipüle etmeye başlıyor.

Örneğin Google aramalarında kimin arama yaptığına bağlı olarak bambaşka sonuçlarla karşılaşmak mümkün. Kişiselleştirme arayışı Google, Facebook gibi devleri giderek daha fazla kullanıcı bilgisi toplamaya iten bir şey. Bu bilgiler ne kadar detaylı olursa, size o kadar alakalı bilgi sağlanabilir. Tabii bu bilgiyle ilginizi çekecek bir ürün veya hizmet size satılabilir varsayımı var. Bir hizmet size bedava sunuluyorsa, bilin ki oradaki ürün aslında sizsiniz ve sizin bilgilerinizin başka yerde para edebileceği düşünülüyor. Bu yıl Avrupa'da ve Türkiye'de çıkan kişisel verilerin korunmasıyla ilgili yasalar da sınırlı bir koruma sağlayabilir, çünkü hizmetlerini kullanmak istiyorsanız şirketlere izin vermek zorundasınız.

Kişiselleştirme için bireylerle ilgili her türlü bilgiyi toplama her zaman doğru sonuçlar veren bir yaklaşım değil. Öncelikle bireylerin bir tane kişiliği yok. Bay Ahmet işte ayrı, ailesiyle ayrı, arkadaşlarıyla ayrı bir kişi olabilir. Yalnızca merak sonucu baktığımız bir şey aslında o kadar ilgimizi çekmeyebilir. Geçmişte aldığımız bazı kararlar da bugünkü evrenimizi tanımlamaktan çok uzak olabilir.

"Algoritmaların kişiselleştirdiği internet farklı bilgilere ulaşımı zorlaştırıyor."

Tabii ki yapay zeka ve makine öğrenmesi teknolojileri geliştikçe alınan sonuçlar çok daha alakalı olacak. Ama sürekli son derece alakalı şeylerle karşılaşmak iyi mi kötü mü tartışılır.

SINIRLI BİLGİ HÜCRESİ

İnternette gezinen birçok insan için, üzerine tıkladıkları bir bağlantı sonucunda sürekli karşılarına çıkmaya başlayan haber ve yazıların yönlendiricilik etkisi de var. Bunun sonucunda, üzerimize geçirilen cam kafes olmasa öğrenebileceğimiz şeylerden mahrum kalıyoruz. Bu kısır kişiselleştirme modelinin internet kullanıcılarını getirdiği yer, sınırlı alanlarda sınırlı bir dünya görüşünden başka bir şey değil. Üstelik internet devlerinin karşılarına çıkardığı bilgi bundan ibaret olduğu için dünyayı da bundan ibaret sanarak sahte bir kendine güven duygusu da gelişebiliyor.

Kişiselleştirmede kullanılan internet filtreleri öğrenmeyi de bloke eder nitelikte. Öğrenme olabilmesi için merak lazım. Merak uyandıran şey ise bir bilgi boşluğu, bir şeyin eksik olduğunun hissedilmesi. Yaratıcılık, birbiriyle alakasız fikirlerin karşı karşıya gelmesiyle tetiklenen bir durum. Devamlı alakalı şeyler arasında gezinilen bir ortamda yaratıcılığın körelmesi kaçınılmaz.

Cam kafesin bilgi edinmede daha pasif bir yaklaşımı teşvik ettiği açık. Kişiselleştirilmiş internet içimizdeki keşfetme duygusunu en aza indiriyor. Algı çerçevelerimizi kırmada bizi isteksiz hale getiriyor. Bir tembellik, ataletten keyif alma, beyni fazla zorlamama durumu yaratıyor. Bundan kurtulmanın bazı yolları web tarihçemizi sık sık silmek, çerezleri engellemek, özetle kim olduğumuzu internetten saklamak. Bir başka yolu ise ilgi alanınızı geniş tutarak algoritmaların etrafınıza çizeceği çemberi genişletmek. Makinelerin sizi bilgisiz bırakmasına izin vermeyin. C

Gelecek & Trendler

Yenilikçilik ve gelecek araştırmaları dergisi | Aralık 2018

www.siemens.com.tr

SIEMENS

20XX

Yarının şehirleri için taze bir nefes

Düşük hava kalitesinden muzdarip şehirlerin durumunu iyileştirmeyi vadeden iki ulaşım trendi var: E-ulaşım ve paylaşımlı taşıt kullanımı. Siemens'in yürüttüğü bir çalışma, paylaşımlı e-ulaşımın yaşam kalitesini nasıl artırabileceğini ortaya koyuyor.

Türbinlerin yerine geçen sürücüler

Sürücüler (motor hız kontrol sistemleri), petrol ve gaz endüstrilerindeki buhar ve gaz türbini kullanımına bir alternatif sunuyor. Mekanik sistemlerin sürücülerle elektrifikasyonu, emisyonları azaltıyor ve çevre vergilerini düşürüyor.

"Verimli ve kesintisiz altyapı oluşturduk"

200 milyonluk yolcu kapasiteli İstanbul Havalimanı'nın yıllık 250 megawatlık enerji ihtiyacı bulunuyor. Yeni havalimanına enerji altyapısı ve verimliliği konusunda hizmet veren Siemens Türkiye'nin icra kurulu üyesi ve enerji yönetimi bölümü direktörü OĞUZ TEZEL, "İstanbul Havalimanı'nda enerji yönetimine bağlı tüm faaliyetlerin kusursuz çalışmasını sağlamak için altyapı büyük bir hassasiyetle tasarlandı" diyor.

Şehirlerin geleceği

M. Rauf Ateş

Aslında bir seyahatim sırasında gözlemleme fırsatı bulmuştum. İtalya'nın Roma kentini gezme şansı yakalayanlar da dikkat etmiştir. Roma, tarihi güzelliklerinin yanı sıra trafik sorunuyla boğuşan büyük şehirlerden biri. Bu nedenle Roma yollarını çok çeşitli türden bisiklet ve motorlar arşınlıyor. Her gün İstanbul trafiğiyle boğuşan binlerce kişiden biri olarak kendimi motosiklet kullanırken hayat ettim. Kent trafiğini ve bu trafikte harcanan saatleri düşününce bu sorunumuzu, bisiklet veya motor çözer mi bilemiyorum. Roma'dan gördüğüm kadarıyla zor. Ancak şu gerçek ki İstanbulluların hayatı için trafik çok kritik bir sorun.

Yakın zamanda çözüm bulunabilir mi? Teknolojideki gelişmelere bel bağlayan müzmin bir iyimser olarak Gelecek&Trendler bölümündeki makaleyi okuyunca ne yalan söyleyeyim umudum daha da arttı. Ulaşımdaki trendleri anlatan makale, e-ulaşım ve paylaşımlı taşıt kullanımına dikkat çekiyor. Siemens uzmanlarının "Kentsel Ulaşımın Geleceğini Güçlendirmek" başlıklı çalışmasına değinen yazı, bu iki mega trendin geleceğin şehirlerindeki trafik ve yaşam kalitesine yönelik olumlu etkilerini sıralıyor. İnsan böyle bir şehirde yaşadığını düşününce "rahat" bir nefes alıyor! Yani hayali bile güzel...

İyi okumalar...

İÇİNDEKİLER

Yarının şehirleri için taze bir nefes 3
Türbinlerin yerine geçen sürücüler 6
"Verimli ve kesintisiz altyapı oluşturduk" 8

DB DOĞAN BURDA DERGİ

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş
www.doganburda.com

Capital

SIEMENS

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü (Sorumlu) M. Rauf Ateş
Yayın Yönetmeni Sedef Seçkin Büyük
Yazışleri Müdürü Ebru Fırat
Haber Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Yayın Kurulu (Alfabetik sırayla) M. Rauf Ateş, Hüseyin Gelis, Sedef Seçkin
Marka Müdürü Gökçe Aykaç Mutlu
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen

Yönetim
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu

Yönetim Yeri
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No: 12,
Trump Towers, Kule 2, Kat: 21-23, 34387, Şişli-İSTANBUL
Tel: 0 212 410 32 28 Faks: 0 212 410 32 27

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13
abone@doganburda.com

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokca

Teknik Müdür
Ayfer Kaygun Buka Tel: 0 212 336 53 61-62

Rezervasyon
Tel: 0 212 336 53 00-57-59
Faks: 0 212 336 53 92-93

Ankara Reklam Tel: 0 312 207 00 72-73

capital@doganburda.com

Yarının şehirleri için taze bir nefes

Giderek daha fazla sayıda şehir aşırı nüfuslu ve düşük hava kalitesinden muzdarip hale geliyor. Bu durumu hafifletmeyi vadeden iki ulaşım trendi var: E-ulaşım ve paylaşımlı taşıt kullanımı. Siemens'in yürüttüğü bir çalışma, paylaşımlı e-ulaşımın yaşam kalitesini nasıl artırabileceğini ortaya koyuyor.

Giderek daha fazla sayıda şehir aşırı nüfuslu ve düşük hava kalitesinden muzdarip hale geliyor. Bu durumu hafifletmeyi vadeden iki ulaşım trendi var: E-ulaşım ve paylaşımlı taşıt kullanımı. Siemens'in yürüttüğü bir çalışma, paylaşımlı e-ulaşımın yaşam kalitesini nasıl artırabileceğini ortaya koyuyor.

Ne fark ama! Üzerinde ağaçların sıralandığı çimden bir şerit, uzun bir caddeyi bölüyor. Sağında ve solunda yolcularla dolu otobüsler ve diğer taşıtlar için şeritler uzanıyor. Çimden şeridin biraz daha ötesinde, elektrikle çalışan arabalara, küçük motosikletlere ve üç tekerlekli taşıtlara ayrılmış şeritler var. Yayalar kaldırımlarda geziniyor; arada bir de yiyecek ve içecek satışı yapan çeşitli stantların önünde duruyorlar. Birkaç blokta bir, yolcular, 2045'te açılmış olan yeni bir metro hattının girişlerinden içeriye ve dışarıya doğru akıyor.

Yaklaşık 20 yıl önce aynı yerdeki görünüm bambaşkaydı. Arabalardan, üç tekerlekli taşıtlardan, otobüslerden ve yayalardan oluşan bir karmaşa sürekli tıkanıklığa yol açıyordu. Herkes bu kaynayan yığından bir şekilde tek parça hâlinde çıkmaya çalışıyordu. İnsanların gidecekleri yere ulaşabilmek için yolda geçirmek zorunda kaldığı süre trafiğin en yoğun olduğu saatlerde yüzde 50 daha

fazlaydı. Trafik yalnızca kaotik ve acı verici derecede yavaş olmakla kalmıyor, aynı zamanda bir yaşam tehdidi oluşturuyordu.

Asya, Güney Amerika ya da Afrika'nın büyümekte olan bölgelerinde bulunan "gelişen ekonomiye sahip yüksek yoğunluklu bir şehre" hoş geldiniz! Bu şehir ufacık apartmanlarda iç içe yaşayan kilometrekare başına yaklaşık 13.500 insana ev sahipliği yapıyor. Bu şehrin nüfusu 2018 yılında 7 milyonken, 2050 yılında 10 milyona ulaştı, refah içinde, capcanlı, hızla gelişmekte olan bir şehir. Bununla birlikte bu gelişimin dezavantajları da oldu. Yıllar içinde trafik tıkanıklığı daha da arttı; hava kirliliği ve tıkanıklığın bedeli de... Dünyanın dört bir yanındaki pek çok büyük şehirde olduğu gibi şehrin yetkilileri de bu etkilere karşı yeni konseptlerle eyleme geçmeye karar verdiler.

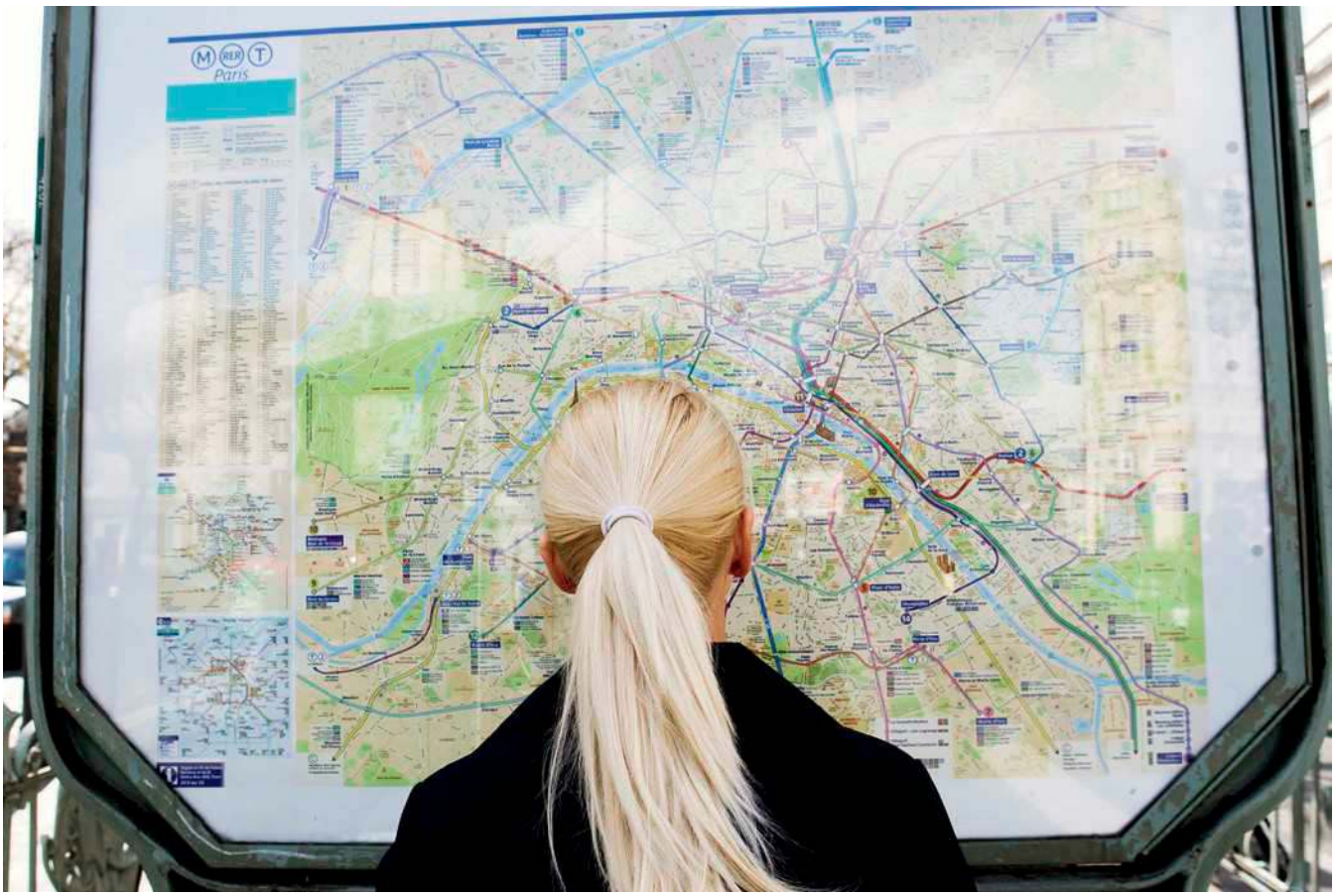
Kamusal alanlar için yeni kullanım yolları

"Kentsel Ulaşımın Geleceğini Güçlendirmek" başlıklı bir çalışmada, Siemens ulaşım uzmanları iki mega trendin geleceğin şehirlerindeki trafik ve şehir sakinlerinin yaşam kalitesi üzerindeki olası etkilerini araştırdı.

Sonuçlar açık: Paylaşımlı e-ulaşım daha sağlıklı bir çevre sağlıyor ve insanların şehirlerini kendi kullanımları için geri kazanmalarına olanak veriyor.

Uzmanlar elektrikle çalışan taşıtları ve birden fazla kullanıcının tek bir taşıtla ulaşım sağladığı paylaşımlı ulaşım şeklini inceledi. Çalışmada net bir sonuca varıldı: Paylaşımlı elektrikli ulaşım, şehir yaşamını daha iyi hale getirebilir. Siemens Şehir Teknolojisi ve İnovasyonu Yöneticisi ve bu çalışmanın da yazarlarından biri olan Julia Thayne, "Sera gazı salınımını düşürüyor, hava kalitesini iyileştiriyor, maliyetleri ve arazi kullanımını azaltıyor" diyor ve ekliyor: "Böyle bir şehrin sakinleri, özellikle de bugün ihtiyaç duyduğumuz pek çok park yerinin gelecekte gereksiz hale geleceği ve her yerde şarj istasyonları bulunacağı için kamusal ve özel alanların nasıl kullanılacağıyla ilgili yepyeni fikirler geliştirebilir."

Paylaşımlı elektrikli taşıtların olumlu etkileri dünyanın her yanında hissedilecek; sözünü ettiğimiz hızla gelişen şehir tipinde de "yüksek gelirli, düşük yoğunluklu" şehirler (Los Angeles gibi) ve Londra gibi "yüksek gelirli, yüksek yoğunluklu" şehir kategorisinde yer alan



Özel taşıtla sağlanan ulaşımda meydana gelecek bir azalma, insanlar için daha fazla alan açacak. Bu nedenle yerel toplu taşımanın güçlendirilmesine gelecekte de devam edilmelidir.

şehirlerde de. Londra'da, mevcut trafik sistemi ve emlak piyasası hâlihazırda limitlerine ulaşmış durumda. Daha fazla yol, otobüs şeridi ya da konut binası için yeterince yer yok.

Burada, paylaşımlı ulaşım sayesinde yalnızca yeşil alan yaratılmakla kalmayıp yeni konut bölgeleri de yaratılabilir. Çalışmada tarif edilen, nüfusu 4 milyonu aşan model şehirde, 2035 yılına gelindiğinde daha önce park yeri olan alanlara tahmini olarak 258.000 yeni daire yapılabileceği hesaplanıyor. 2050 yılına gelindiğinde, bu sayının 653.000'e ulaşabileceği öngörülüyor.

Özel araçların, otobüslerin (yüzde 60) ve paylaşımlı olarak kullanılan otomobillerin (yüzde 90) elektrifikasyonu çevreye de fayda sağlayacak. Ulaşım elektrifikasyonunun yüzde 0 olduğu bir tabloyla kıyaslandığında 2050'ye kadar trafikten kaynaklanan sera gazı salınımı sıfıra inecek ve nitrojen oksit (NOx) salımı da neredeyse tamamen ortadan kalkacaktır.

Bilanço tablosu, nüfusu 2 milyonun biraz altında olan "yüksek gelirli, düşük yoğunluklu" bir şehir için de çok benzer olacak. Bu senaryoda, halk otobüslerinde yüzde 100, özel taşıtlarda ise yüzde 60 elektrifikasyon sağlandığı varsayılırsa, sera gazı salımı tamamen ortadan kalkacak ve havadaki NOx yüzde 60'a kadar azalacak. Son olarak, böyle hızla gelişen bir şehrin sakinleri de daha rahat nefes alabilecek. Trafiğin neden olduğu sera gazları ve azot oksit hacmi, 2050'ye gelindiğinde şimdiki hacimlerinin yalnızca yüzde 10'u ya da 20'si kadar olacak. Bunun yanı sıra 2050'ye kadar 660.000 yeni daire için alan oluşacak.

Elektrikli ulaşım geleceğin şehirlerinde önemli bir rol oynayacak.

Paylaşımlı e-ulaşım hızla uygulanabilir

Her şey hesaba katıldığında, sonuçlar net: Paylaşımlı e-ulaşım daha sağlıklı bir çevre sağlıyor (elektrikli ulaşım sayesinde) ve insanların şehirlerini kendi kullanımları için geri kazanmalarına ve konutlar için daha fazla alana sahip olmalarına olanak veriyor. Çünkü özel taşıtlarla sağlanan ulaşımın azalması, daha fazla alan açıyor. Bu yüzden, Siemens'in dünyanın dört bir yanındaki müşterileri ve iş ortaklarıyla yaptığı fikir alışverişlerinin ardından paylaşımlı e-ulaşımın kentsel trafik sorunlarına etkili ve hızla uygulanabilen bir çözüm sunduğuna kanaat getirmiş olması şaşırtıcı değil; fakat bu ancak sorumlu tarafların uyum içinde hareket etmesi halinde gerçekleşebilir.

Bu taraflar arasında belediyelerin elektrik idareleri, belediyelerin ulaşım ve inşaat bölümleri, yerel toplu taşıma müdürlükleri yer alabilir. Diğer konuların yanında, bu grupların, bahsedilen ulaşım biçimini cazip hale getirmek için paylaşımlı elektrikli araçların şarj edilmesi için gereken altyapıya yeterince yatırım yapılmasını sağlaması gerekiyor. Bunun yanında hızlı hareket etmeleri de gerekiyor. Thayne, "Pek çok şehrin 2035 veya 2050'yi bulacak olan uzun vadeli sürdürülebilirlik hedefleri koydukları görülüyor. Fakat çalışmamız, planlamanın ve yatırımların hemen başlaması gerektiğini gösteriyor. Bugün şehir trafiğini daha insancıl hale getirmek bizim elimizde; çünkü gelecek, bugün yaptıklarımızın sonucu olacaktır" diyor.

■ Christian Buck

Elektrikli sürücüler için mükemmel bir yer: Hollanda'da bir gaz basıncı sistemi.

Türbinlerin yerine geçen sürücüler

Sürücüler (motor hız kontrol sistemleri), petrol ve gaz endüstrilerindeki buhar ve gaz türbini kullanımına bir alternatif sunuyor. Mekanik sistemlerin sürücülerle elektrifikasyonu, emisyonları azaltıyor ve çevre vergilerini düşürüyor. Bu anlamda sürücülerle elektrifikasyon, iddialı iklim koruma hedeflerinin gerçekleştirilmesine yardımcı oluyor. Sürücüler aynı zamanda, uzun bir hizmet ömrü olan, işletme maliyetleri düşük olan, az bakım gerektiren sistemler.

Petrol ve gaz tesisleri işleten şirketler çok büyük güçlüklerle karşı karşıya. Örneğin, giderek daha sıkı hale gelen emisyon standartlarına uyum sağlamak, tesisin ve prosesin mümkün olan en yüksek seviyede sürekliliğini garanti etmek, bunları da işletme maliyetlerini mümkün olduğunca düşük tutarak gerçekleştirmek zorundalar. Bu durumu göz önüne alarak, giderek daha fazla tesis işletmecisi buhar ve gaz türbinlerini sürücülerle değiştiriyor. Bunun nedeni, türbinlerin yüksek bakım maliyetleri ortaya çıkarması ve işletmecileri kimi zaman her bir türbin için milyonlarca Euro'yu bulan çevre vergileri ödemeye mecbur bırakan sera gazları salıyor olması. Öte yandan sürücüler, hizmet süresi uzun olan ve az bakım gerektiren sistemlerdir; ayrıca sera gazları salımı da yapmazlar.

Paris Anlaşması'nın küresel ortalama sıcaklıktaki artışı 2100'e kadar 2 derecenin altında tutmaya yönelik iddialı hedefinin gerçekleştirilebilmesi için karbondioksit emisyonunun çarpıcı oranda azaltılması gerekiyor. Siemens Proses Endüstrileri ve Sürücüler Bölümü Proje Yöneticisi Gunther Schwarz, "Bu senaryo uzun vadede fosil yakıtların yerine elektrik enerjisinin geçirilmesini kapsıyor" diyor ve ekliyor: "Bu, gaz ve buhar türbinlerini giderek sürücülerle değiştirmemiz gerekeceği anlamına geliyor. Her ne kadar Siemens türbin üretiyor ve satıyor olsa da sürücüler gelecek için yenilikçi bir çözüm sunuyor."

Gaz ve buhar türbinlerinin yerine sürücüleri kullanma trendi başlamış durumda. ABD merkezli Araştırma ve Piyasa Enstitüsü tarafından 2018 yılında yapılan bir araştırmaya göre elektrifikasyon yönünde açık bir eğilim fark edilebiliyor; mesela mekanik bileşenlerin elektrikli bileşenlerle değiştirilmesi biçiminde. Örneğin taşıtlar, rüzgar enerjisi santralleri ve takım tezgahları için satılan elektrikli motor sayısı sürekli olarak artıyor. Artık bu elektrifikasyon trendi sanayi tesisleri alanında da görülebiliyor. Schwarz, "Bu gelişmeyi elbette memnuniyetle karşılıyoruz ve biz Proses Endüstrileri ve Sürücüler Bölümü olarak sadece sürücü ürünü değil aynı zamanda daha fazlasını sunuyoruz. Biz aslında, sürücülere geçiş yapmak için ilk fikir aşamasından planlamaya ve operasyonlara kadar ihtiyacınız olan her şeyi sunan bir çözüm ortağıyız ve bunların hepsini tek bir kaynaktan gerçekleştiriyoruz" diyor.

25 yılda bir bakım yeterli

Bütün sanayi tesislerindeki türbinler şu anda 90 megawatt'a varan güç çıkışı gerektiren işleri yapmak için kullanılıyor. Petrol ve gaz endüstrilerinde, bu türbinler örneğin boru hatlarına sıvı pompalayarak oradaki basıncı koruyor ve aynı zamanda rafinerilerdeki pompaları ve kompresörleri çalıştırmak için kullanılıyorlar. Yine de her bir uygulama durumu farklı. Örneğin, eğer bir türbin elektrik enerjisi üreten bir jeneratöre güç sağlamak için kullanılıyorsa, bu durumda bir elektrik motoru kullanmak için gerçekten hiçbir neden olmuyor. Ayrıca tesiste kullanıma uygun atık ya da boşta buhar bulunuyor ise yine sürücü ve dolayısıyla elektrik motoru kullanmanın çok bir getirisi olmuyor. Son olarak, mesela Avustralya kırsalında olduğu gibi, eğer tesisi besleyen bir elektrik şebekesi yoksa sürücü kullanmayı düşünmek gereksiz oluyor.

Bununla birlikte sürücü kullanmanın makul olduğu her durumda, bu ihtimali değerlendirmek yerinde olacaktır. Her şeyden önce tamamen emisyonsuz olarak çalışırlar ve bu nedenle kullanılmaları durumunda sera gazı vergilerinden muaf olunur; böylece bir şirket her yıl milyonlarca Euro'luk tasarruf sağlayabilir. Sürücüleri çalıştırmak için kullanılan elektrik, bir fosil yakıtlı enerji kaynağından elde ediliyorsa, emisyonun yalnızca değişerek sürdüğü düşünülebilir. Bu nedenle sürücülerde kullandığımız elektrik enerjisi ne kadar çok yenilenebilir kaynaklardan üretilirse, sürücülere bağlı sera gazı emisyonu da o kadar az olacaktır. Bu duruma şu anda elektrik ihtiyacının neredeyse yüzde 100'ünü yenilenebilir kaynaklardan karşılayan Norveç'i örnek gösterebiliriz.

Çevre üzerindeki baskının azalmasına katkıda bulunmaya ek olarak, elektrik motorları son derece verimlidir. Buhar ve gaz türbinlerinden daha az enerji tüketirler ve sürücüler vasıtasıyla değişken hızlarda çalıştırılmaları sayesinde uzun bir hizmet süreleri vardır. Nem ya da ortam sıcaklığında meydana gelen değişikliklerden de pek etkilenmezler verebilecekleri güç ve moment değerleri ihtiyaca göre ayarlanabilir. Elektrik motorları türbinlerden daha az bakım gerektirir; beş yıla kadar sürelerle bakım gibi sebeplerden ötürü devre dışı bırakılmaya ihtiyaç duymadan çalışmaya devam edebilirler. Kullanıldıkları ortama

Proje yöneticisi Gunther Schwarz ve çalışma arkadaşı Sabrina Reinersmann, Nuremberg'deki Siemens LD fabrikasında.

ve maruz kaldıkları yüklenmelere bağlı olarak, elektrik motorları genellikle devreye sokulduktan sonraki 25 yıl boyunca genel bir bakım ve onarım gerektirmez. Hızlı bir şekilde devreyealınıp devre dışı bırakılabilirler ki bu durum tesislerin duruş sürelerini önemli ölçüde azaltır. Elektrik motorları türbinlerden daha sessiz çalışırlar. Elektrik motorlarının verimlilik değerleri yüzde 96'ya varmaktadır; türbinlerin verimlilik değerleri ise yüzde 30 ila 40 arasındadır. Son olarak, bir elektrik motoru çalıştırmanın maliyeti bir türbin çalıştırma maliyetinin üçte biri kadardır.

Hızlı sermaye geri kazanımı

Elbette insanın aklına Siemens'in sürücü pazarlayarak kendi türbin ticaretiyle rekabete giriyor olup olmadığı sorusu gelebilir. "Bu, yanlış bir soru," diyor Schwarz ve ekliyor: "Müşteriler maliyetlerini düşürmek istiyor ve biz de onlara ihtiyaçlarını karşılayacak en iyi çözümü sunuyoruz. Bu çözüm bir türbin de olabilir, bir sürücü de." Siemens'in petrol ve gaz endüstrisi uygulamalarına yönelik sürücüyle ilgili ticari operasyonları 2013 yılında, ABD'de bulunan bir rafinerinin mevcuttaki buhar türbinini sürücüyle değiştirmesiyle başladı. Rafineri, yaptığı yatırımı yalnızca iki yılda çıkardı. "Bu bizi olumlu anlamda şaşırttı" diye açıklıyor ve şöyle devam ediyor Schwarz: "Biz de bu tür iyileştirme projelerine daha yakından baktık ve genel bir konsept geliştirdik. Başka ürünlerin yanı sıra artık patentli bir üretim süreciyle yapılan yüksek hızlı motorlar sunuyoruz. Hızlı çalışan kompresörlere doğrudan güç sağlamak için kullanılan bu motorlar, başka motorlarla birlikte tam paketimizin bir parçasını oluşturuyor. Dolayısıyla müşterilere düşünecek daha az şey kalıyor. Maliyet tasarrufu sağlıyorlar ve tabiri caizse elektrikli bir geleceğin inşa edilmesine katkıda bulunuyorlar; bu sırada da emisyon azaltma yükümlüklerini yerine getiriyorlar."

■ Hubertus Breuer

200 milyonluk yolcu kapasiteli İstanbul Havalimanı'nın yıllık 250 megawatlık enerji ihtiyacı bulunuyor. Yeni havalimanına enerji altyapısı ve verimliliği konusunda hizmet veren Siemens Türkiye'nin icra kurulu üyesi ve enerji yönetimi bölümü direktörü OĞUZ TEZEL, "İstanbul Havalimanı'nda enerji yönetimine bağlı tüm faaliyetlerin kusursuz çalışmasını sağlamak için altyapı büyük bir hassasiyetle tasarlandı" diyor ve ekliyor: "Gebze'deki fabrikamızda yerli olarak ürettiğimiz ve 65 ülkeye ihracat yaptığımız orta gerilim panoları, havalimanındaki tüm enerjinin kesintisiz ve yüksek verimli dağıtımını sağlıyor. Ayrıca havalimanının enerji izleme ve kontrolünü sağlayan enerji yönetim sistemi Siemens Türkiye mühendisleri tarafından kuruldu." Tezel, Siemens'in enerji sektöründe Türkiye'de sunduğu çözümler ve İstanbul Havalimanı'nın enerji altyapısı hakkındaki sorularımızı yanıtladı...

Son dönemde, Türkiye'de enerji yönetimi alanında hangi projelerde yer aldınız?
Türkiye'nin en önemli projeleri arasında yer alan İstanbul Havalimanı bizim için bir gurur kaynağı. Bunun dışında Siemens olarak 162 yıldır Türkiye'de önemli projelerin ve ilklerin içinde yer aldık. Uzun yıllardır dijitalizasyon ve akıllı otomasyon teknolojileri üzerinde çalışıyoruz. Sunduğumuz çözüm ve ürünlerimiz hem özel sektörde hem de kamuda fark yaratıyor.

Enerji altyapısında pazardaki büyüklüğünüz nedir?
Akıllı şebeke çözümlerinde Türkiye'de lider konumdayız. Sunduğumuz çözümler enerji dağıtım şirketlerinin yüzde 43'ü tarafından kullanılıyor. Bu dağıtım şirketleri aracılığıyla Siemens akıllı şebekeler ürünleri, çözümleri, sistemleri ve hizmetleri, şirketlerin müşterilerinin yüzde 46'sına ulaşıyor. 2014 verilerine göre Türkiye'deki 21 dağıtım şirketinin enerji kaybı ortalama yüzde 14 civarındayken, Siemens akıllı şebekeler çözümlerini kullanan şirketlerde bu oran yüzde 7'ye düşüyor.

Türkiye'nin global faaliyetlerinizdeki yeri nedir?
Siemens Türkiye, akıllı şebekeler için önemli bir merkez konumunda. Siemens'in dünya üzerinde akıllı şebekelerin gelişimi için belirlediği dört merkezden biri Türkiye.

Akıllı şebekeler çözümlerini Türkiye'de geliştiriyor, var olan altyapıyı daha akıllı ve otomatize ederek, insan hatalarından arındırarak, daha verimli kullanabilmeye odaklanıyoruz. Buradaki merkezimizde geliştirilen teknolojilerin zaman içinde Siemens'in faaliyet gösterdiği diğer ülkelerde de kullanılmasını hedefliyoruz.

Enerji alanındaki diğer çalışmalarınız arasında neler bulunuyor?
Ayrıca enerji verimliliği çok önem verdiğimiz bir konu. Son üç yılda 200'e yakın enerji verimliliği projesi gerçekleştirdik. Bu projelerde 220 milyon TL'lik toplam enerji tasarrufu elde edildi. Bu tasarruf, 500 bin ton daha az karbondioksit emisyonuna denk geliyor. Birbiriyle tamamen entegre çalışan yüksek verimlilikte sürücü çözümlerimiz,

“Verimli ve kesintisiz altyapı oluşturduk”

otomasyon teknolojileri ve servisleriyle her sektörün enerji verimliliği ihtiyacını kusursuz biçimde karşılayabiliyor.

İstanbul Havalimanı’nın enerji altyapısı çalışmalarına nasıl dahil oldunuz?
İstanbul Havalimanı, dünyanın sıfırdan yapılan en büyük havalimanı olarak hem büyüklüğü hem birçok ilki barındırması nedeniyle benzer projelerden farklı bir yerde konumlanıyor. İstanbul Havalimanı’nın tüm elektrik dağıtım ve kritik noktalardaki alçak gerilim sistemlerinde Siemens’in tercih edilmesinde, bugüne kadar üstlendiğimiz projelerde elde ettiğimiz başarıların yanı sıra Atatürk Havalimanı, Sabiha Gökçen Havalimanı, Ankara Esenboğa Havalimanı, İzmir Adnan Menderes Havalimanı, Frankfurt Havalimanı gibi büyük projelerdeki önemli referanslarımız da rol oynadı.

Yeni havalimanında nasıl bir enerji yönetimi altyapısı kurdunuz? Hangi ürün ve teknolojiler kullanıldı?
Siemens Türkiye Enerji Yönetimi olarak yıllık 250 megawatlık enerji ihtiyacı bulunan İstanbul Havalimanı’na, kesintisiz ve verimli hizmet verilmesi amacıyla önemli bir katkı sunduk. Burada enerji yönetimine bağlı tüm faaliyetlerin kusursuz çalışmasını sağlamak için altyapı büyük bir hassasiyetle tasarlandı. Havalimanındaki enerji yönetimi Siemens SCADA altyapısı ile sağlanıyor. Ayrıca orta gerilim pano tedariki ve pist aydınlatma kontrol odası alçak gerilim sistemleri de Siemens Türkiye’ye ait.

Yeni havalimanının enerji tasarrufunu nasıl sağlıyorsunuz?
Gebze’deki fabrikamızda yerli olarak ürettiğimiz ve 65 ülkeye ihracat

“Dijitalizasyon hız kazanıyor”

DİJİTAL DÖNÜŞÜM Enerji yönetiminde dijitalizasyon tüm hızıyla sürüyor. Hem dünyada hem de Türkiye’de dijital dönüşümün rehberi olma hedefimizle uyumlu ürün ve çözümler sunmaya devam edeceğiz. Bu alanda birkaç odak noktamız bulunuyor. Birincisi, müşterilerimizin daha az enerji sarf etmesini veya daha verimli enerji üretmesini sağlayacak çözümler sunmak.

VERİMLİ ÇALIŞMA Sadece müşterilerimizin ve iş ortaklarımızın değil, tüm ekosistemin enerji-verimli çalışmasını hedefliyoruz ve tam entegre ürün portföyü ve kesintisiz inovasyon çalışmalarımızla Türkiye’nin enerji verimliliğine katkı sağlamaya devam etmek istiyoruz.

AKILLI ŞEBEKELER Bir diğer odak noktamız da ‘akıllı şebekeler’. Türkiye’de akıllı şebeke yatırımlarının tüm dağıtım bölgelerinde hız kazanmaya başladığını görüyoruz. Türkiye, akıllı sayaçlar ve uzaktan okuma sistemlerinin dahil olduğu bir uygulama sürecinden geçiyor.

ŞEBEKE YATIRIMLARI Gerçek zamanlı izlenen ve yönetilen şebekeler kurmak için de şebeke izleme ve dağıtım sistem yönetimi yatırımları yapılıyor. Biz de Siemens olarak bu alandaki projelerimizi verimlilik ve sürdürülebilirlik odağında geliştirmeye devam edeceğiz.

yaptığımız orta gerilim panoları, havalimanındaki tüm enerjinin kesintisiz ve yüksek verimli dağıtımını sağlıyor. Bununla birlikte havalimanının enerji izleme ve kontrolünü sağlayan enerji yönetim sistemi Siemens Türkiye mühendisleri tarafından kuruldu. Dijitalizasyon sayesinde, tesisler merkezi kontrol noktasından izlenerek enerji kesintileri minimuma indiriliyor ve verimlilik noktaları belirlenerek enerji sarfiyatında yüksek tasarruf sağlanıyor.

Yeni havalimanında başka hangi alanlarda katkı sağladınız?
Enerji altyapısındaki bir diğer önemli katkımız da havalimanındaki en kritik bölgelerden Pist Aydınlatma Kontrol Binası’nda (CCR) gerçekleşti. CCR’ın alçak gerilim pano sistemi de Siemens Türkiye’ye ait.

Projede enerji tasarrufu sağlamak için ne gibi yeni ürün ve teknolojiler kullanıldı?
İstanbul Havalimanı, Türkiye’de yüksek güvenlikli pano sınıfında tek seferde en fazla sayıda orta gerilim panosunun tedarik edildiği proje oldu. Projeye Gebze’deki entegre üretim tesislerimizde ürettiğimiz 750 adet orta gerilim panosunu temin ettik. Enerji izleme ve kontrol altyapısını sağlayan SCADA altyapı sistemimizde, Spectrum Power 5 SCADA yazılımı, saha ekipmanlarıyla iletişimi sağlayan RTU olarak SICAM serisi ve yük atma işlemi için de S7-400 PLC ürünleri kullanıyoruz.

SCADA altyapı sistemi enerji verimliliğini nasıl sağlıyor?
Orta ve alçak gerilim panolarının devrede olup olmadığını sürekli kontrol eden SCADA sayesinde tesisler merkezi kontrol noktasından izlenerek enerji kesintileri minimuma indiriliyor. 60 bini aşkın veri anlık olarak sistem tarafından değerlendiriliyor ve operatörlere en iyi işletme koşulları için öneriler sunuluyor. Bu sayede işletmenin enerji verimliliği sağlayabileceği noktalar kısa sürede belirleniyor.

Tüm dağıtım şebekesinin dijitalizasyonu sayesinde kesintisiz ve sürekli elektrik dağıtımında diğer tesislere örnek teşkil edecek bir çözüm sunuyoruz. Bunun yanı sıra dinamik olarak çalışan yük atma sistemiyle acil durumlarda havalimanının kesintisiz enerji dağıtımı garanti altına alınıyor. Enerji ölçme sistemi sayesinde de elektrik tüketimine ait faturalandırma doğrudan yapılabiliyor.

Ayçe Aksakal

SIEMENS

Ingenuity for life

SIMATIC kontrolör ile 60 yıl

Kontrol edilebilen her şey için...
SIMATIC Kontrolör

İşte yaşam için yenilikçi zeka...

siemens.com.tr/simatic-kontrolor

STEVEN YOUNG / BOSCH TÜRKİYE VE ORTA DOĞU BAŞKANI

"DENEYİMİMİZİ TÜRK SANAYİCİLERLE PAYLAŞIYORUZ"

Dünyada Endüstri 4.0 dönüşümünü en erken gören şirketlerden biri olan Bosch ve jant üretiminde küresel lider Maxion Wheels, Türkiye'de sanayi kuruluşlarına örnek olacak dijital dönüşüm çözümleri uygulamalarını hayata geçiriyor. Bosch Türkiye ve Orta Doğu Başkanı Steven Young, son başlattıkları projeyi şöyle anlattı:

DÖNÜŞÜM BAŞLIYOR

"Bosch'un stratejisi, Endüstri 4.0 çözümlerinin hem ana kullanıcısı hem bunlarla ilgili olarak pazara çözüm sağlayan güçlü partnerlerden biri olmak. Türkiye'nin dördüncü sanayi devrimini kaçırmaması için dünyada 270'ten fazla fabrikamızda kazandığımız deneyimi, Türk sanayicileriyle paylaşmaya başladık. Bu doğrultuda dünyanın en büyük jant üreticisi Maxion Wheels ile İnci Holding iştiraki olan Maxion İnci Jant Grubu, dijital dönüşüm yolculuğunda Bosch ile iş birliği yapacak.

KÖKLÜ DEĞİŞİKLİKLER OLACAK

Dünyanın en büyük jant üreticisi olan Maxion Wheels, dijital dönüşüm için dünyadaki 19 fabrikası arasından Türkiye'yi seçti. Küresel bazda otomotiv sanayinde çok köklü değişiklikler olacak. Otomotivin mühendislik odaklı geleneksel yapısı, çok yakında tüm tedarik zincirinde dijital ve bilişim odaklı, hizmete dönük ve diğer sektörlerle çok daha entegre bir hale dönüşecek.

2030'A KADAR

Maxion İnci Jant Grubu, dijitalleşme odağında gerçekleştireceği projelerle, kapasitelerini ve üretim adetlerini artırmaya devam edecek. Başlatılan proje 3 fazdan oluşuyor. İlk adım bu yıl pilot hatlarda atılacak. Bu projedeki hedef 2023 sonuna kadar üç aşamalı planın tamamının hayata geçirilmesi. 2030'a kadar Maxion İnci Jant Grubu'nun tüm işletmelerini bütün süreçleri kapsayacak şekilde akıllı dijital işletmelere dönüştürebilmek."

NE BAŞLATTIM? HAKAN ARAN / TÜRKİYE İŞ BANKASI GENEL MÜDÜR YARDIMCISI

"DİJİTALLEŞEN MÜŞTERİYLE BAĞIMIZI HİÇ ZAYIFLATMADIK"

İş Bankası, dijitalleşmede öncü şirketlerden biri. Türkiye İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Hakan Aran, neyi başardıklarını şöyle anlatıyor: "İş Bankası olarak dijitalleşmedeki en büyük başarımız, dijitalleşen müşterilerimizle aramızdaki bağı hiç zayıflatmamak oldu. Teknolojiyi müşterisinin yararına doğru kullanan bir banka olmayı tercih ettik ve bunu başardık.

YAPAY ZEKA VE DİYALOG BANKACILIĞI

"Dijital bankacılığın geleceğinin diyalog bankacılığının temelini oluşturan doğal dil işlemeye dayalı olacağını öngörüyoruz. Bu anlamda geçen yıl kullanıma sunduğumuz 'İş Bankası'na Sor Mesajlaşma Botu' ile elde ettiğimiz öğrenimlerimiz yapay zeka destekli kişisel asistan çalışmalarımızın ilk adımı oldu. Yapay zeka teknolojisine yönelik çalışmalarımızı San Francisco'daki inovasyon üssümüz MaxiTech'teki ekiplerimizle sürdürdük. Diyalog bankacılığı hizmetimiz Maxi'yi geliştirdik.

MOBİL TEKNOLOJİLER

Mobil kanal öncülüğündeki artışla şube dışı kanal payımız yüzde 90'a ulaştı. Dijital müşteri sayımız 2018 Eylül ayında 7 milyona yaklaşırken, mobil müşteri sayımız 6,3 milyona ulaştı. Dijital kanal satış adetlerimize baktığımızda vadeli hesapta yüzde 49, ihtiyaç kredisinde yüzde 46 ve ödeme işlemlerinde yüzde 31 oranıyla mobil ana temas noktası konumuna gelmiş durumda.

İNOVASYON

Dijital dönüşümümüzün çekirdeğinde teknoloji ve inovasyon bulunuyor. Türkiye'nin en büyük yazılım şirketlerinden biri olan SoftTech, Silikon Vadisi'ndeki dijital üssümüz MaxiTech ve kısa süre önce Çin'de açtığımız inovasyon merkezimiz Suo Tan ile yurt içi ve yurt dışındaki tüm fırsatları değerlendiriyoruz. 2019 yılında bir sonraki durağımız Londra olacak."

ÖZLEM AYDIN AYVACI
oaydin@capital.com.tr

TRENDLER

CEM BODUR / ANKER TÜRKİYE VE ORTA ASYA ÜLKE MD.

KESİNTİSİZ DİJİTAL YAŞAM İÇİN...

Bugün dünyadaki devlerin odağında kesintisiz akıllı teknolojiler için enerji ilk sıradaki gündem maddesi. Bu konudaki trendleri şarj teknolojilerinde global lider olan Anker'in Türkiye ve Orta Asya Ülke Müdürü Cem Bodur'dan dinledim. Bodur, şöyle anlatıyor:

PİL TEKNOLOJİLERİ YETERSİZ

"Küresel taşınabilir güç bankası (PowerBank) piyasası hızla büyürken, yarının şarj teknolojilerinde güneş ve hidrojen hücresi gibi yenilenebilir kaynaklar ön plana çıkıyor. Yaşamın dijital ekranlar üzerinden yönetilir hale gelmesiyle birlikte, sürekli hareket halinde olan dijital kullanıcılar hayatın her alanında daha basit ve işlevsel ürünlere yöneliyor. Ne var ki mobil cihazların pil teknolojileri, dijital yaşantının yüksek beklentilerini karşılamakta yetersiz kalıyor.

KESİNTİSİZ MOBİL DENEYİM

Dünya genelinde mobil güç kaynaklarına duyulan talebin patlama yapması sonucunda 2017 yılında PowerBank piyasası 8,2 milyar dolara ulaştı. Dünyada ilk kez şarj cihazı içindeki bileşenlerin bir kısmı için Galyum Nitrür (GaN) kullandık. Yoğun bir çalışmayla geliştirdiğimiz Atom serisindeki üç yeni şarj aletini yakın dönemde New York'ta tanıttık. Power Delivery (PD) sertifikalı Anker'in Atom serisi standart bir MacBook şarj cihazından yüzde 40 daha küçük ve 2,5 kat daha hızlı şarj edebiliyor.

GELECEK GÜNEŞ VE HİDROJEN HÜCRESİNDE

PowerBank pazarı 5 yıl içinde 26,4 milyar dolarlık hacme ulaşacak. Taşınabilir çözümlerin geleceğinde yenilenebilir enerji var. Başta güneş ve hidrojen hücresi teknolojileri olmak üzere, geleceğin ürünlerinde kullanılacak yenilenebilir enerji kaynakları sayesinde akıllı telefon, tablet ve dizüstü bilgisayarlar çok daha çevre dostu bir süreçle şarj edilecek."

ÖNERİ PANOSU

HALİS ALİ ÇAKMAK
DEİK TÜRKİYE-MALTA İŞ KONSEYİ BAŞKANI

"DİJİTAL FIRSATLAR MALTA'DA"

"Avrupa'nın en küçük ülkelerinden olan Malta, AB üyeliğinin verdiği avantajlarla Türkiye'nin iddialı olduğu pek çok sektör için fırsatları bünyesinde barındırıyor. Malta, Türk yatırımcılar ve girişimciler tarafından her zaman izlenmeli. Özellikle bilgi teknolojileri ve fintek alanında cazip bir ülke olan Malta, Avrupa Komisyonu tarafından yayınlanan Dijital Ekonomi ve Toplum Endeksi'ne göre AB üyesi 28 üye ülke arasında 11'inci sırada. Her geçen gün artan start-up ve inovasyon merkezleriyle Malta, bu alanlarda faaliyet gösteren Türk yatırımcılar ve girişimciler tarafından her zaman fark edilmeli ve izlenmeli. Malta'da sanayinin olmamasından dolayı AB, Malta'ya hassas konularda izin veriyor. Malta, dijitalleşmede AB'den çok vaat aldı."

OĞUZ ŞEN
MAKRO İŞ VE EKONOMİ STRATEJİ DANIŞMANI

"CIO'LAR DİJİTALLEŞMEYİ ANLATAMIYOR"

"Doğru bir dijitalleşme planı, süreçleri yeniden keşfetmeye, kaliteyi iyileştirmeye ve tutarlılığı artırmaya destek olabilir. Bütün bu avantajlarla birlikte, neden tüm kuruluşların tamamen dijital ortama geçtiğini görmüyoruz? Cevap, ironik olarak CIO. Bugün pek çok CIO, işletmesine rekabetçi bir avantaj yaratacak teknolojileri anlama ya da yönetim/liderlik iletişim kanallarında karar vericilere anlayacakları bir şekilde anlatma becerilerinden yoksunlar. Bu başarısızlık önemli çünkü verimlilik ve maliyet tasarrufu açısından faydaları anlamadan, CEO'lar BT uygulamalarını maliyet olarak görüyor. Birçok işletme halen basit düzeyde BT teknolojileri ile çalışıyor, dijitalleşmede yaşadıkları eksiklikten dolayı şirket hafızası oluşturamıyor. İş süreçlerinde durmadan aksama, elde ettiği bilgileri karar mekanizmalarında kullanamama gibi sorunları deneyimliyorlar."

Otomotivin geleceği

Liderlerin yüzde **92**'si otonom araçların 10 yıl içinde Türkiye'deki sürücülerin ilk tercihi olacağını söylüyor.

Liderlerin yüzde **95**'i 2030'a kadar 'bağlanabilirlik ve dijitalleşme' ile elektrikli mobilite'nin temel trend olacağını öngörüyor.

Yöneticilerin yüzde **72**'si dijitalleşme etkisiyle iş modellerinde kapsamlı bir yıkıcı gelişme bekliyor.

Yöneticilerin yüzde **85**'i gelecekte otomotiv iş modelinin yakıtının 'veri' olacağı görüşünde birleşiyor.

Kaynak: KPMG Türkiye Otomotiv Yöneticileri Araştırması

"2018, ilginç bir yıldı. İlk yarı ve ikinci yarı, siyah ve beyaz derecesinde birbirinden farklıydı" yorumunu yapan Garanti Bankası'nın genel müdürü Fuat Erbil, yalnız değil.

Bankacıların çoğu, 2018 için benzer tespitlerde bulunuyor. Citibank Genel Müdürü Serra Akçaoğlu, "2018 yılı deyince aklıma şirketlerimize yaptığımız, teorik diye düşündüğümüz, olmaz dediğimiz senaryo planları geliyor. Türkiye çok büyük bir sınavdan geçti" sözleriyle özetliyor.

Gerçekten de bankacılık sektörü, özellikle yılın ikinci çeyreğinin sonundan itibaren ciddi bir testten geçiyor. Akbank Genel Müdürü Hakan Binbaşgil, artık geride bırakmaya hazırlandığımız bu yılı, üç devreye ayırıyor. Binbaşgil, bugünkü ortam için "Nispeten normalleşme sürecindeyiz. Ağustos sonrası ikinci döneme göre çok daha iyi bir sürece girdiğimizi söyleyebilirim" diyor.

Kredilerin hem bireysel hem kurumsal tarafta durgunluğa girdiği bugünkü ortamda, bankacıları, 2019'da da zor bir dönem bekliyor. Bankacılar Zirvesi'nde konuşan ve sonrasında özel sorularla görüşlerini aldığımız finansın önemli yöneticilerine göre gelecek yıldan sağlıklı çıkmak için tüm sektörün bilanço yönetiminden odaklı çalışmaya, likidite yönetimine kadar 5 farklı alanda önünde zorlu bir sınav var.

1 EN ÖNEMLİSİ LİKİDİTE

Bankaların gelecek yıl, önemli gündem maddelerinden biri likidite yönetimi olacak.

YENİ YIL PLANLARI

2018 yılında bankacılık sektörü ciddi bir testten geçiyor. Özellikle yılın ikinci çeyreği gerçekten de zor geçti. Yılın en çok sorgulanan konusu, bankaların sendikasyonları çevirip çeviremeyeceği oldu. Bazı büyük grupların yeniden yapılandırma talepleri ve konkordato ilanları da işin tuzu biberi oldu. İşte böyle bir ortamda, 2019'dan sağlıklı çıkmak için bankacıları, bilanço yönetiminden odaklı çalışmaya kadar 5 farklı alanda zor bir sınav bekliyor.

ELÇİN CİRİK
ecirik@capital.com.tr

TBB Başkanı ve Ziraat Bankası Genel Müdürü Hüseyin Aydın'ın da altını çizdiği gibi uluslararası finans piyasalarında sınırlı imkanlar nedeniyle gelişmekte olan ülkelere giren sermaye miktarı azalıyor. Bu da borçlanma faizlerini yükseltiyor. LİBOR faizi üç yıl içinde yüzde 0,6'dan yüzde 3'ü aşan noktaya geldi.

"Ağustos ve eylül aylarında likidite ve özellikle Türkiye'de bankaların, kurumların üzerindeki borcu çevirebilme ihtimali sorgulandı" diyen Fuat Erbil, bu süreci şöyle aktarıyor:

"Biz burada hazırlıksız yakalandık. Borçla ilgili, bankaların sendikasyonları çevrilebilir mi noktalarında boşluk oldu. Bazı kurumların yeniden yapılandırmaya başvurması gibi konular da bunun tuzu biberi oldu. Ama Türkiye'de tüm partilerin toplam borcu yönetilebilir seviyede." Türkiye'de ekim ayı sonunda hanehalkının borcu yüzde 14, kamu borcu da yüzde 27 seviyesinde. Bu nedenle bankacılar, burada ellerinin kuvvetli olduğu inancında. Hakan Binbaşgil, özellikle yaşanan kur dalgalanmalarında yabancı para likiditenin sektör için çok önemli olduğunun altını çiziyor. Bankaların geçtiğimiz iki ayda vadesi gelen

HÜSEYİN AYDIN

toplam 14,1 milyar dolarlık sendikasyon kredisini yüzde 99 oranında çevirebilmesi en önemli gösterge.

Ama Akçaoğlu, 2019'da da likidite yönetiminin çok akıllıca, çok detaylı bir şekilde yapılması gerektiğini düşünüyor. TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici de bu noktada şu uyarıda bulunuyor: "Sektörde likidite sorunu şu anlamda var: Aslında sektörünün verdiği kredi, aldığı mevduattan daha fazla yani işi dış kaynakla finanse ediyor. Dış kaynağın girişini sürdürebilmekle yükümlüyüz hepimiz. Sürdüremezsek kredilerde daralma kaçınılmaz." Hüseyin Aydın, uluslararası ilişkilerdeki olumlu gelişmelerle kısa vadeli olsa da yurt dışı kaynak girişinin yeniden artmasını ve likidite baskısının azalmasını bekliyor.

HAKAN BİNBAŞIGİL

SERRA AKÇAOĞLU

2 MEVDUATTA VADE SINAVI

2019'da sektörün uzun süredir çözülemeyen bir sorunu daha su üstüne çıkıyor. Büyümenin frene bastığı, kaynak arayışının kısıtlandığı zamanlarda bankaların mevduat vadeleri ve faizleri yeniden gündemin baş sırasına oturuyor. Serra Akçaoğlu, bankacılıkta ana ödevlerinden birinin mevduatları daha uzun vadeye yaymak olduğunu vurguluyor.

Bugün sektörde kredilerin yüzde 60'ı mevduatla fonlanıyor ve mevduatta ortalama vadeler 45 gün. Akçaoğlu, "Nasıl ben bankamıza bir aylık değil de 6 aylık ya da 1 yıllık mevduat yatırtabilirim diye düşünmemiz gerekiyor. Ayrıca faizleri nispeten yüksek bir mevduat bazımız var. Hep birlikte çalışıp nasıl o mevduat faizlerini düşürebiliriz, ona bakmamız gerekiyor" diyor. Çünkü mevduatı tutmak için yapılan faiz yarışı da sorun oluşturuyor.

TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici, "Faizin artması aslında hiçbirimizin işine gelmiyor. Hedge araçlarını kullanmazsanız mevduat faiziniz 30-35 gün arasında yukarı çıkıyor; stok kredinizdeki faizleri hiçbir zaman yukarı çekemiyorsunuz. Bilançolarda TL tarafında getiri farkı anormal daraldı. Bu, bir süre sonra kendini toparlayacaktır" yorumunda bulunuyor.

Akbank Genel Müdürü Hakan Binbaşgil de kurlarla birlikte faiz oranlarında da anormal yükselme yaşandığını belirterek, "Bizim para maliyetleri, mevduat faizleri inanılmaz şekilde fırladı. TL mevduatta yüzde 30'ları, dolar mevduatta iki haneyi gördük. Bu, tabii bankaların maliyetlerini birdenbire inanılmaz derecede yukarı fırlattı" diyor. Binbaşgil, sektörün en büyük sıkıntısının vadeli mevduatın maliyetinin kredi randımanlarının üzerine çıkmasıyla oluştuğunu açıklıyor.

İşte bu nedenle gelecek yıl için mevduat faizlerinin düşmesi, bankaların sağlıklı devam etmesi açısından önemli konulardan biri. Fuat Erbil, mevduatta yaşanan volatilitenin sonrasında TL'ye geçişin başladığını belirterek bu trendin değişkenliğin azalmasıyla devam etmesini bekliyor.

3 AKTİF KALİTESİNE DİKKAT!

Madalyonun öteki tarafı olan kredilerde de aktif kalitesinin korunması, hem 2018 hem 2019 yılının hayati sorunlarından biri olarak karşımıza çıkıyor. Uluslararası derecelendirme kuruluşu Fitch son raporunda, TL'nin değer kaybetmesi, yüksek faiz oranları ve yavaşlayan ekonomik büyümenin bankaların varlık kalitesi ve performansı için ciddi riskler oluşturduğunun altını koyu kalemle çiziyor.

Burada hem sorunlu alacak oranının yakın takibi hem aktif kalitesi için en önemli göstergelerden biri olan yakın izlemedeki kredilerdeki artışın izlenmesi gerekiyor. TBB verilerine göre 2018'in ilk çeyreğinde yakın izlemedeki kredilerin toplam kredilere oranı yüzde 7,9'a çıktı. Garanti Bankası Genel Müdürü Fuat Erbil, ekonomide dengeleme sürecinin başlamasıyla aktif kalitesinde net olarak bozulmalar gördüklerini açıklıyor. Erbil, "Bunu banka olarak da sistem olarak da görüyoruz. Bu, belli bir süre daha devam edecek" diyor. Kuveyt Türk Genel Müdürü Ufuk Uyan, "2018, özellikle ikinci yarıdan itibaren kur, faiz ve enflasyon üçgeninde zor bir yıl oldu. Tabii bu denli yüksek

#kidzmondoistanbul | www.kidzmondoistanbul.com

SPONSORLARIMIZ

Hürriyet KANAL D PEGASUS ÜLKER

Aytemiz Bahçeşehir Koleji BEREKETDÖNER ÇADDE SANAT Çokokrem DANKEK dream Golf Hilton komşufırın MİGROS MNGkargo SUZUKI

dalgalanmaların yaşandığı dönemde bankacılık sektörü haliyle etkileniyor. 2019'da bankalar için aktif ve pasif kalitesini muhafaza etmek ve hasarı en aza indirmek büyük önem arz ediyor" diyor.

Bu noktada sayıları giderek artan yeniden yapılandırma talepleri ve konkordatolar ciddi risk oluşturuyor. Finansal yeniden yapılandırma çerçeve anlaşmasını oluşturan TBB'nin başkanı Hüseyin Aydın, bu süreçte kaynakların ekonomi için en doğru alanlarda ve miktarlarda kullanılması için öncelikleri belirlediklerini açıklıyor. Aydın, "Bu bağlamda kredilerin çevrilmesi için tüm çabamızla ve samimiyetimizle kredi kanallarını açık tutmaya, vade ve fiyatlarda esneklik sağlamaya gayret ediyoruz. Bu aşamada hepimizin dikkat etmesi gereken konu ekonominin şoklara karşı direncinin yüksek kalması" diyor. Ümit Leblebici, bugün aktif kalitesinde çok endişe edilecek bir durum olmadığı düşüncesinde. "Doğal olarak bu kadar yüksek dalgalanma yaşadığınız yerde birtakım göstergelerde negatif gidiş olacak, olmaması mümkün değil. Tahsili alacaklarda artışlar olacaktır, ama dramatik olmayacak."

4 BİLANÇO YÖNETİMİ ESAS

Bankaların tüm bu mevduat kredi denklemi içinde 2019 yılında bilanço yönetimini doğru yapması en önemli ödevleri olarak görülüyor. Serra Akçaoğlu, mevcut tabloyu "2018 bilançolarımızı çok zorladı. Firmaları, bankacılık sektörünü zorladı" sözleriyle özetliyor. Fuat Erbil, bilançolardaki asıl sıkıntıyı şöyle aktarıyor:

"Özellikle marjlar konusunda zorluk gözlemliyoruz. Ekim sonunda TL marjinal kredi getirileri yüzde 30'larda seyretse de stoklarımızın getirileri hala yüzde 21-22'lerde. Mevduata verdiğimiz rakam, büyüklüklerine göre yüzde 22-25'lerde. Dolayısıyla marj sıkıntısı sistemde, bizde de dahil olmak üzere herkeste var." Erbil, bankaların bilançolarında yer alan enflasyona endeksli kağıtların getirilerinin bu marj sıkıntısını 2018'de bertaraf etmesini bekliyor ve şöyle devam ediyor:

"Her ne kadar kredi mevduat marjında sıkıntı olsa da aldığımız getirilerle bunu doğru yöneteceğiz. Ama kârlılıklarımızda bozulma başladı, umarım bu seviyede devam edecek."

Önümüzdeki yıl banka bilançolarının TL'ye dönmesi bekleniyor. "Ekim sonunda TL krediler yüzde 6 civarında büyümüş. Bu, Türkiye'nin bugüne kadar büyüme oranlarının çok altında bir rakam" diyen Hakan Binbaşgil, yabancı para tarafında da yüzde 4 küçülme olduğunun altını çiziyor. "Bu da çok normal. Kredi mevduat oranlarında yüzde 120'lere çıkmıştık, bu düzeliyor. Bunu bir sağlık işareti olarak görüyorum" diyor.

"Sektörün bilançolarında kesinlikle baskı var" diyen Leblebici ise kamunun sağlıklı olmasına rağmen bu kadar yüksek volatilitenin hem banka hem diğer aktörlerin bilançolarında yarattığı hasarın telafisine odaklanılması gerektiğini söylüyor. "İlgili otoriteler, bankalar, reel sektör

2019 NASIL GEÇECEK?

GÖZLER İKİNCİ YARIDA

TEB Genel Müdürü Leblebici, 2018 Aralık bilançolarıyla Türk bankacılığına dair algıdaki olumsuz yapının değişeceğini düşünüyor ve ekliyor: "İçeriye daha fazla finansman gelmeye başlayacak. Onun yardımıyla biz de vadeleri açacağız. Hızlanma süreci ilk çeyrekten sonra başlayacak. Bankalar kredi talebinde sürekli açık kaldı, talep gelse kredi vereceğiz. Ekim başına kadar çok fazla talep gelmedi şimdi açılıyor. 2019 ilk çeyrekten sonra daha da açılır."

MEVDUATTA İYİLEŞME

"2019'da kredide göreceli olarak daha dengeli bir büyüme olacak, mevduat tarafındaki iyileşme devam edecek" diyen Garanti Bankası Genel Müdürü Fuat Erbil, likiditenin daha iyi olacağını aktarıyor. Erbil, "Marjlar büyük ihtimalle ikinci yarıdan sonra iyileşmeye başlayacak, ilk yarıda sıkıntı devam edecek. 2018'de yabancı para krediler küçüldü, 2019'da da küçülecek. Türk bankalarının bilançoları ciddi anlamda Türk liralaşacak" diye devam ediyor.

FAİZDE OLUMLU TABLO

Vakıfbank Genel Müdürü Mehmet Emin Özcan'ın 2019 yorumları şöyle: "Normalleşme sürecine girdik. Siyasi kriz büyük ölçüde sona erdi. Kurlarda istikrar oluştu. Faiz oranlarında artık bir düzelme var. Kredi faiz oranları yüzde 30'lara indi, mevduatlar yüzde 25'lerde. Yıl sonuna kadar bu olumlu süreç devam edecek, 2019'dan da ümitliyim."

2018'DEN İYİ OLACAK

Akbank Genel Müdürü Hakan Binbaşgil, "Türkiye'de ihracata dayalı büyüme olacağını hepimiz kabul ediyoruz" diye başlayarak şunları aktarıyor: "Dolayısıyla ihracata yönelik alanlarda daha büyük fırsatlar olacak. Buna turizmi de eklemek lazım. En zor günleri geride bıraktığımızı düşünüyorum. Belli zorluklarımız var ama 2019'un en azından 2018'e oranla daha iyi olacağını düşünüyorum."

BURADA KONSER HİÇ BİTMEZ

TRUMP CADDE'DE YE, İÇ, EĞLEN!

TRUMP
ALIŞVERİŞ MERKEZİ

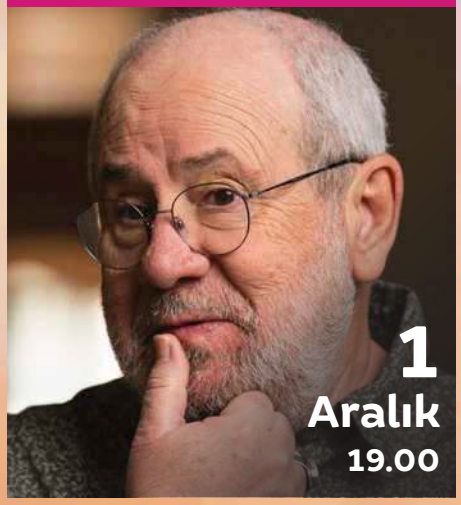
MECİDİYEKÖY / ŞİŞLİ
0 212 348 78 67

/TrumpAVM

www.trumpalisverismerkezi.com

ÜCRETSİZ

BÜLENT ORTAÇGİL



RESUL DİNDAR

PERA

DG EVENT

Trump AVM, etkinlik günü ve saatini değiştirebilir.

bir araya gelip yapılandırma gereken yerlerde nasıl yapılandırma yapacağız, buna bakacağız. Hepimiz unutuyoruz, bankalar hem mevduat hem sendikasyonlarla en büyük borçlu kurumlar. O nedenle doğru firmalarda yapılandırma yapabilmeliyiz ki hem ekonominin verimli büyümesine yardım edelim hem dışarıdan kaynak girişini devam ettirebilelim. Türkiye kendini hızlı adapte edebilen bir ülke; bankacılık ve düzenleyici otoriteler hızla bir araya gelip çözüm üretiyor" diyor.

5 ASLİ İŞLERE ODAKLANIN

2019 için tüm banka yöneticileri, odaklanma ve birlikte yaratılan hikayede tutarlı davranmanın önemli olduğu konusunda hemfikir. TBB Başkanı ve Ziraat Bankası Genel Müdürü Hüseyin Aydın, "Bu aşamada hepimizin dikkat etmesi gereken konu ekonominin şoklara karşı direncinin yüksek kalması. Makro dengeleri daha sağlam kurmayı amaçlayan programın uygulanmasına tüm sektörler olarak destek vermeliyiz" derken TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici, karşılaştığımız spekülatif ataklar karşısında alınacak en iyi önlemin kendi içinde tutarlı bir hikaye yaratmak olduğunun altını çiziyor. Leblebici, "O tutarlı hikaye de önce Merkez Bankası'nın reaksiyonuyla başlıyor; ardından yeni ekonomik program açıklanıyor. Sonra yabancı yatırımcıyı yavaş yavaş geri çekmeye başlıyorsunuz" diyor.

ÜMİT LEBLEBİCİ

Burada hem bankaların hem şirketlerin ana işlerine odaklanması, işi olduğu alanlarda iş yazmaya devam etmesi, kritik ödevlerden biri. Akçaoğlu, bu konuyu şu sözlerle özetliyor: "Birçok şeyi iyi yapmak önemli değil, bankalar ve şirketler gerçekten katma değer yaratabileceği asli işlerine dönmeli. Firmalar döviz girdisi yoksa döviz kredisi kullanmasın. Biz de City'de bu kadar muhteşem bireysel bankacılık yapan varken daha fazla katma değeri kurumsal ve ticaride yapabileceğimizi düşünerek bireysel işimizi sattık." Alternatif Bank Genel Müdürü Kaan Gür de aynı fikirde: "Ülkenin potansiyelini optimize etmeye çalışıyoruz. Bugün ihracat, turizm ve ihracata dönük sektörler çok pozitif ayrışıyor. Önümüzdeki dönemde herkes iyi olduğu işi yapma konusunda daha agresif, sabırlı ve azimli olmalı. Tüm gücünü oraya yönlendirmeli." Vakıfbank Genel Müdürü Mehmet Emin Özcan, bu mantıkla 2019'da iki lokomotif sektör; ihracat ve turizmin gelişimine destek verilmesi görüşünde. "Krizin bankalara şöyle bir faydası oldu, uzun yıllar imalat sanayini ihmal etmiştik. Artık kendi kaynaklarımıza dönmeye başladık. Cari açığın da bu dönemde giderek düzeleceğini ümit ediyorum" diyor. C

"HALKA ARZLAR DAHA ÇOK OLMALI"

SADECE YÜZDE 10 PAY

"Türkiye'de borsa, sermaye piyasası dahil bütün finans sektörünün büyüklüğü bugünkü kurlarla hesaplarsak 1 trilyon dolar" diyen Vakıfbank Genel Müdürü Mehmet Emin Özcan, sermaye piyasalarının derinliğinin önemini şu sözlerle değerlendiriyor: "Sermaye piyasalarının payı yüzde 10 civarında, gerçekten çok düşük. Sermaye piyasalarının hiçbir derinliği yok diyebiliriz. Sektörde aslında bütün yük, bankacılığın üzerinde dersek yanlış bir ifade olmaz. Tüketicileri, KOBİ'leri, sanayiciyi, tüccarı hatta kamuyu, bankacılık tek başına finanse ediyor."

ENERJİSA İYİ ÖRNEK

Bu noktada Citibank Genel Müdürü Serra Akçaoğlu, Türkiye'nin 2019'da halka arzlarda önemli potansiyeli olduğunu vurguluyor ve şöyle devam ediyor: "Bu yıl aslında EnerjiSA müthiş bir örnek oldu, yatırımcılardan 4,7 kat talep topladı. Sermaye piyasalarının derinleşmesiyle daha fazla firmamızın halka arz edilmesi gerekiyor. Banka bilançoları bir yere kadar yeterli olabiliyor ve ortalama 45 günlük mevduatlarla fonlanıyor. 2019'un halka arzların daha çok olması gerektiği bir yıl olduğunu düşünüyoruz."

CNN TÜRK RADYO

İlk Duyan Siz Olun

Adana	**102.2**	Kayseri	**106.3**
Ankara	**107.6**	Kırıkkale	**106.6**
Antalya	**92.5**	Kırşehir	**106.3**
Bursa	**100.9**	Konya	**100.4**
Eskişehir	**93.0**	Nevşehir	**106.5**
Gaziantep	**101.5**	Sivas	**106.3**
İstanbul	**92.5**	Yozgat	**106.0**
İzmir	**93.0**		

CNN TÜRK Radyo'yu cnnturk.com adresinden de dinleyebilirsiniz.

App Store'dan İndirin

Google Play 'DEN ALIN

CNN TÜRK mobil uygulamasını App Store ve Google Play'den ücretsiz indirebilirsiniz.

"2025'TEN ÖNCE LİDER OLURUZ"

Mayıs 2015'te faaliyete geçen kamunun ilk katılım bankası, hızlı büyümesini sürdürüyor. Ziraat Katılım, bu yılın ilk 9 ayında aktif büyüklüğünü yüzde 80, toplanan fonlarını yüzde 64 ve kredilerini yüzde 53 artırdı. Tüm bankacılık sektörü içinde 23'üncü sıraya çıkan Ziraat Katılım için genel müdür METİN ÖZDEMİR, bankasına 2025'e kadar ilk 15'te olma hedefi koyuyor ve söyle konuşuyor: "Katılım bankaları arasında 4'üncü sıradayız. Burada da 2025'ten önce liderlik hedefliyoruz."

ELÇİN CİRİK ● ecirik@capital.com.tr

Katılım bankacılığı yılın ilk 9 ayında hem kullandırılan fonlar yani kredilerde hem toplanan fonlar yani mevduatta yüzde 33 büyüme gösterdi. İki katılım bankasının oyuna dahil olmasıyla 5 oyunculu bir sektör haline gelen katılım bankacılığında, 2019 yılında bankacılığa paralel büyümeler ve zorluklar bekleniyor. Ziraat Katılım Genel Müdürü Metin Özdemir, "Bu yılın son 3 ayında büyüme rakamlarında büyük değişiklik olmaz; yüzde 35 büyümeyle yılı kapatırız. 2019'da sektörün tümü küçük rakamlarla büyüyecek. Yüzde 10 gibi bir büyüme, ekonomik programa uygun olur" diyor.

Özdemir, katılım bankacılığında yakın gelecekte yerel ve yabancı sermayedarlar tarafında yeni girişler olmasını bekliyor ve şöyle konuşuyor: "Emlak Konut ve PTT'nin böyle bir niyeti var. 2019'un ikinci yarısında bu kadar sıkıntılı bir dönem geçirmeyeceğimizi ümit ediyoruz. İkinci yarıdan sonra yabancı yeni oyuncular pazarda fırsatlar görebilir."

Bu ortamda Mayıs 2015'te kurulan genç bir banka olarak Ziraat Katılım, hızlı büyüme trendini sürdürüyor. Özdemir, 2019 yılında KOBİ ve yeni girilecek kredi kartı alanıyla bireysel bankacılıkta büyüme hedefliyor. Bugün aktif büyüklükte 52 banka içinde 23'üncü sırada olan banka için Özdemir, 2025'e kadar ilk 15'e girme ve katılım bankacılığında da liderlik hedefi koyuyor.

Ziraat Katılım Genel Müdürü Metin Özdemir ile katılım bankacılığının 2019 öngörülerini ve bankalarının stratejilerini konuştuk:

● Bu yıl katılım bankacılığı, nasıl bir performans gösteriyor?

■ Son dönemde katılım bankalarında performans, Türk bankacılık sektörüne paralel gidiyor. Kamu katılım bankalarının da katılmasıyla ve sektörde bir bankanın azalmasıyla yaşanan kan kaybı telafi edildi. O dönemde maalesef olumsuz bir imaj oldu. Ama kamunun da sektöre girmesiyle güven geldi. Ziraat Katılım ve Vakıf Katılım olarak telafi ettik.

Aslında katılım bankacılığında kredi büyü-

mesini de son dönemde kamu katılım bankaları yukarı çekiyor. Özellikle son dönemde yaşadığımız ekonomik dalgalanma sebebiyle bütün bankalarda bir "incele eleyip sık dokuma" dönemi oldu. Burada genelde yanlış bir ifade kullanılıyor; kredilerde kısılma deniyor. Bu değil ama herkes tedbirini alıyor tabii...

● Yeniden yapılandırmaların etkisiyle kredilerin verilmesinde bir yavaşlama var ama?

■ Hem yeniden yapılandırmaların etkisi var hem geçtiğimiz yıl KGF kredileriyle sektör çok iyi bir büyüme yaşadı, aynı trendin devam etmesi beklenemez.

Katılım bankacılığında kredilerde 147 milyar TL ile 2018'in ilk 9 ayında 2017 sonuna göre yüzde 33 büyüme var. Kurdaki artışı hesaba katmazsak yüzde 1'lik bir büyümeyle başa baş noktasının biraz üstündeyiz.

● Bu yıl mevduat toplamada tüm sektörde ciddi rekabet var. Katılım bankacılığı bu dönemde fon toplamada zorlanıyor mu?

■ Tabii ki bizde de aynı zorluklar oluyor, vatandaş alternatif yatırım olanaklarını iyi takip ediyor. Tabii biz Ziraat şemsiyesi altında olduğumuz için katılım bankacılığına mevduat tarafında katılım hassasiyeti olmayan pastadan da bir pay getirmiştik. Tabii bu vatandaşlarımız konvansiyonel bankalardaki getirilerle karşılaştırarak kararlarını veriyor. Bizde bir miktar çıkış oldu. Ancak kamu mevduatı ve hassasiyeti olan mevduat sahipleriyle mevduatta düşüş yaşamadık.

İlk 9 ayda katılım bankalarında toplanan fonlar yani mevduatta yüzde 33 artış yakalandı. Sektörde dengeli bir büyüme var. Bugün 143 milyar TL civarında bir toplam mevduat var.

● 2019 sektörünüz için nasıl geçecek? Nasıl bir büyüme öngörünüz var?

■ Bu yılın son üç ayında büyüme rakamlarında büyük değişiklik olmaz; yüzde 35 büyümeyle yılı kapatırız. 2019'da sektörün tümü küçük rakamlarla büyüyecektir. Yüzde 10 gibi bir büyüme, ekonomik programa uygun olur.

Katılım bankaları da aktif kalitesine, kredilerin sağlıklı olmasına çalışıyor. Bizim pek çok müşterimiz aynı zamanda konvansiyonel bankaların müşterileri, yani ortak kümemiz oldukça

HEDEFTE NE VAR?

1 Bankacılık sektöründe 23'üncü sıradayız. 2025'e kadar ilk 15'i hedefliyoruz.

2 Katılım bankacılığında 4'üncü sıradayız. 2025'ten önce liderlik gelecek.

3 Muhafazakar büyüme hedefleri koyuyoruz. Ama hep bunun önünde koşuyoruz.

4 2018 başında yüzde 35-40 büyürüz diye planladık ama bugünkü oranlar daha yüksek.

5 2019 yılı için ise yüzde 40-45 gibi bir büyüme rakamı koyduk.

büyük. Önümüzdeki yıl aktif kalitesinin yanında verimlilik, dijital bankacılık ve insan kaynağı üzerinde çalışacağız. Katılım bankacısı olarak yetiştirmek üzere personel alıyoruz.

Önümüzdeki dönemdeki en önemli gelişmelerden biri, sektöre yakın zamanda yeni oyuncular girişi olacak. Emlak Konut ve PTT'nin öyle bir niyeti var. Yabancı sermayeli katılım bankaları da gelebilir. Ekonomide bir çıkış yakaladığımız dönemde fırsatları değerlendirmek isteyen sermayedarlar olabilir. 2019 yılı ikinci yarısında bu kadar sıkıntılı bir dönem geçirmeyeceğimizi ümit ediyoruz, yatırıma dönük çalışmalar olabilir. İkinci yarıdan sonra yabancı yeni oyuncular bu tür fırsatlar görebilir. Özellikle Adabank için duyuyoruz. Yurt dışından talepler oluyor.

● Katılım bankacılığında sorunlu alacak oranı, 2019'da nasıl şekillenir?

■ Bugün katılım bankalarında sorunlu alacak oranı, konvansiyonel bankalarla benzer, yüzde 3 gibi bir oran var. Ekonomi haberlerinde konkordatoları ve yeniden yapılandırma taleplerini görüyoruz. Bunların içinden muhakkak ilaveler olacaktır. Ama 2019 sonunda yüzde 4'ü geçeceğini sanmıyorum. Yüzde 4 bile olsa dünya piyasalarına, Avrupa'ya göre çok düşük bir orana sahip oluruz.

● Katılım bankaları, özellikle inşaat alanında kâr-zarar ortaklıkları yapıyordu. Bu sektörün kârlılığı nasıl etkiliyor?

■ Vatandaşlarımızdan topladığımız mevduatları bir havuzda biriktiriyoruz, kredi kullandırıyoruz. Kredilerdeki performansa göre de tabii kâr oranlarımız iniyor, çıkıyor. İnşaatta genelde bir durgunluk var ama sektörde kâr zarar ortaklığı olan bankalar, bu projelerden geçmişte çıktı. O nedenle olumsuz etkilemiyor. 2018'in üçüncü çeyreğinde sektörde 1,8 milyar TL net kâr yazıldı. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 196 artış mevcut.

● Ziraat Katılım olarak sektöre giren ilk kamu katılım bankasısınız. Genç bir banka olarak büyümeleriniz nasıl gidiyor?

■ Şube sayımız 80'e ulaştı. Çok hırslı davranmıyoruz, sağlıklı bir büyüme trendimizin olmasını istiyoruz. Hazmederek büyüyelim istiyoruz. 2019'da 20 şube daha açmayı planlıyoruz. Diğer

"2019'DA BÜYÜME YÜZDE 10 OLUR"

DENGELEME DÖNEMİ

2019'da açıklanan Yeni Ekonomik Program'a göre büyümede bir yavaşlama bekleniyor. Bir dengeleme programlanıyor, dolayısıyla bankacılık sektörü de buna uyacak. Kredilerde büyüme, ülke büyümesine paralel gidecek. Geriye düşüş olacağını tahmin etmiyorum. Bankacılık sektörü, geçtiğimiz yılların performansında olmasa da küçük rakamlarla büyüyecektir. Yüzde 10 gibi bir büyüme, ekonomik programa uygun olur.

YATIRIMLAR NE OLUR?

2019'da tüm bankacılık için bireysel bankacılığın biraz daha yavaşlayacağını düşünüyorum. Faiz oranlarının yüksek olması, konut kredileri gibi her kredi alanında vatandaşı geri çektiriyor. Ekonomik program da tüketimin kısılmasını öngörüyor bu nedenle bireyselde çok büyüme beklememek gerekiyor. Diğer yatırımlar noktasında bir sıkıntı olacağını sanmıyorum. Kurumsal bankacılıkta yatırım projeleriyle alakalı bize de teklifler geliyor. Faiz oranlarının düşmeye başlaması, ikinci yarıda yatırıma imkan tanıyacak. KOBİ ve büyük ölçekli firmalarda yatırımların eksiye düşeceğini sanmıyorum.

YURT DIŞI RİSKLER

2019'da yine bir seçim var, ilk 3 ay piyasalar beklenti içine girecek. Yılın ikinci yarısından sonra bir rahatlama bekliyoruz. Özellikle turizm sektörünün bu yılki performansının önümüzdeki yıla da yansıyacağını umut ediyoruz. Yurt dışında da riskler var. Bu yıl sendikasyon kredileri ve yurt dışından kaynak getirme noktasında maliyetler yüksek ama birtakım adımlar atılmaya başlandı. Türkiye'deki risklerin düşmesiyle yurt dışının ilgisi düzelecektir, bankalarımız kaynak getirmeye başlayacak. Böylece yatırımların da önü açılır.

DOLU
DOLU
SPOR
DOLU
DOLU
HEYECAN

FANATİK
Türkiye'nin Fanatiği

"ZİRAAT LEASİNG'LE BİRLEŞECEĞİZ"

KAYNAK ARTACAK

2019'da Ziraat Finans Grubu olarak yapılandırmaya gidiyoruz. Ziraat Leasing ile Ziraat Katılımı birleştireceğiz. BDDK'dan izni de aldık. Malum katılım bankaları leasing yapabiliyor. Bir finans grubu içinde iki leasing işlemi yapan firma olmasın diye düşündük, gücümüzü birleştirmiş olacağız. Leasing bizim sukuk ihraçlarında çok işimize yarayan bir enstrüman. Orada hacmimizi büyütürsek bize yurt dışından kaynak getirme açısından artı sağlayacak. Ayrıca Ziraat Leasing'in mevcut müşterilerini de devralacağız. Yıl sonunda leasing alanında büyümeyi hedefliyoruz.

KÂR-ZARAR İŞİNİ SEVDİK

Bu yıl kâr-zarar projelerimiz oldu. Biri lojistik alanında filo kiralama sektöründe ve iyi bir büyüme gösterdi. İkincisi de Türkiye'de ilk defa yüzde 100 kâr- zarar ortaklığı projesiyle FZK isimli bir şirket kurduk. Bir fikstür şirketi ile kurduğumuz şirketle savunma sanayine yönelik ürünlerde özellikle bir katkımız olacak. Şu ana kadarki gelişmeler umut verici, hızlı büyüyor. Bu projelerin artıları, 2019 bilançomuza olumlu olarak yansıyacak. Kâr-zarar projelerini sevdik. Bunları görüp bizimle iş birliği yapmak isteyen müşterilerimiz oldu, inceleyeceğiz. Hedefimiz ihracata ya da ithalat ikamesi ürünlere yönelik işler olacak.

taraftan dijital bankacılık hızla gelişiyor, şubeleşmeyi dijital bankacılığımız paralelinde ihtiyaç duyulacağımız ölçüde yapmak istiyoruz. 41 ilde varız, diğer illerde peyderpey şube açacağız. Maksimum 150-160 şubeye ulaşırız.

2018'in üçüncü çeyreğinde aktif büyüklüğümüz, 2017 sonuna göre yüzde 80 büyüdü ve 22 milyar TL'ye dayandı. Toplanan fonlar da 2017 sonunda 10 milyar TL'den bu yılın üçüncü çeyreğinde yüzde 65 artarak 16,5 milyar TL'ye çıktı. Kredilerimiz yani kullandırılan fonlarda da 2017 sonu 17,9 milyar TL iken son dönemde yüzde 53 büyüme ile 29,7 milyar TL oldu.

Sermayemiz 1 milyar 750 milyon TL oldu. Bu yıl Hazine'den 500 milyon TL sermaye aldık. Önümüzdeki yıl da 500- 750 milyon TL gibi bir katkı bekliyoruz. Ardından kendi yağımızda kavrulmaya başlarız. Banka olarak sorunlu alacak oranımız da binde 4'lerde.

2018 yılını bu trendle devam edersek 24 milyar TL aktif büyüklük, 18 milyar TL toplanan fon ve 31-32 milyar TL kullandırılan fon tutarıyla kapatırız. Kredi kullandırmaya hız kesmeden devam ediyoruz, zaten vatandaşın da kamu bankalarından bu süreçte teveccühü var. Ekonomide hareketliliğin devam etmesi için biz de reel sektöre elimizden geldiğince destek olmaya çalışıyoruz.

● Büyüme stratejinizi nasıl kuruyorsunuz? Hangi alanlarda aktif olmak istiyorsunuz?

■ Son dönemde kullandırılan fonlarda kurumsal bankacılık tarafında artış oldu. Kullandırılan fonların yani kredilerimizin dağılımına bakarsak KOBİ bankacılığının yüzde 27, bireyselin yüzde 11 ve kurumsal bankacılığın yüzde 62 payı bulunuyor. İleride KOBİ ile kurumsal bankacılık paylarını eşitlemek istiyoruz.

Önümüzdeki dönemde bireyselde özellikle kredi kartında büyümek istiyoruz. Ziraat Bankası'nın çıkardığı Bankkart Combo'ya dahil olacağız. Katılım bankacılığının ilkeleri çerçevesinde bir kredi kartı ürünü sunacağız. Kuruluştan bugüne daha çok KOBİ ve reel sektöre ağırlık verdiğimizden bireyselde çok iştahlı davranamadık. Kredi kartı tarafında katılım bankacılığında ciddi bir boşluk olduğunu düşünüyoruz. Bu şekilde yeni müşteriler kazanmayı ve kesin bir rakam vermeyelim, ama mevcut bireysel müşterilerin kat kat üstüne çıkmayı istiyoruz. Bireysel bankacılığın kullandırılan fonlarda payı da kredi kartıyla yüzde 15'e çıkabilir.

● Bugün tüm sektör içinde kaçıncı sıradasınız? Bu anlamda bir hedefiniz var mı?

■ Bugün aktif büyüklükte 52 banka içinde 23'üncü sıradayız. 2025'e kadar ilk 15'e girmeyi hedefliyoruz. Bankacılık sektörü de büyüyor, onlardan daha hızlı koşmamız gerekiyor. Katılım bankacılığında da Ziraat Bankası'nın sektördeki liderliğinin getirdiği konumla liderlik hedefliyoruz. Şu anda katılım bankaları arasında 4.sıradayız. Burada da 2025'ten önce liderlik gelecek diye ümit ediyorum.

● Son sorum… 2019 için ne kadarlık büyüme hedefliyorsunuz?

■ Hep mümkün olduğunca muhafazakar büyüme hedefleri koyuyoruz. Ama kendimizi tutamıyoruz, önünde koşuyoruz. 2018 başında yüzde 35-40 büyürüz diye planladık ama bugünkü oranlar daha yüksek. 2019'da da yine muhafazakar davranıp toplanan fonlar ve kullandırılan fonlarda kendimize yüzde 40-45 gibi bir büyüme rakamı koyuyoruz. C

GÜNÜN SONU

23:00

HAFTA İÇİ
HER GÜN

Fulya Kalfa

Fulya Kalfa ile Günün Sonu Hafta içi her gün 23:00

24 saatte yaşananlar, güne damga vuran haberler, hayata ve insana dokunan olaylar, farklı bir süzgeçten geçirilip güne nokta; Fulya Kalfa'nın sunduğu Günün Sonu'nda konuluyor.

CNN TÜRK
ilk bilen siz olun

EZGİ İVECAN

EY Türkiye, Direktör

ezgi.ivecan@tr.ey.com

Yapay zekanın finansal sisteme entegrasyonu

Dünyada yapay zeka uygulamalarının başını pazarlama ve otomotiv endüstrisi çekse de finans sektörü uygulamalarında da dijitalleşme ve teknoloji giderek yaygınlaşıyor. Avrupa bankalarının BT yatırımlarına yaptıkları harcamalar 2017 yılında 50 milyar Euroya yakınken, içinde bulunduğumuz 2018 yılı sonu itibarıyla bu rakamın iki katına çıkması kuvvetle muhtemel.

Finansal alanda, yatırım yapılan teknolojik konuların başında yapay zeka, makine öğrenmesi modelleri, robotik süreç otomasyonu, ödeme sistemleri, kimlik doğrulama servisleri, büyük veri analizleri, blok zincirler ve bulut tabanlı uygulamalar geliyor.

Söz konusu uygulamaların kullanım alanları ise finansal raporlarının otomatik olarak oluşturulmasından kara para aklamanın önüne geçilmesine ilişkin önemlerin sıkılaştırılmasına kadar geniş bir yelpezaye yayılıyor.

Dünyada finans sektöründe yaygın olarak tercih edilen ve öne çıkan yapay zeka örneklerini şöyle sıralamak mümkün;

- Yatırım şirketleri, hisse senedi analizlerinin otomatik olarak yapılması yoluyla MİFİD II regülasyonları ile gelen fon kısıtlamalarına uyum sağlayabiliyor,
- Bankalar ödeme kuruluşlarıyla bir araya gelerek oluşturdukları blok zincir tabanlı mobil ödeme sistemleriyle müşterilere dijital mobil finans imkanı sunabiliyor,
- Finansal kurumlar, mobil bankacılıkta kötü amaçlı yazılımlar ya da çalıntı bilgilerle işlem yapılmasının önüne geçilmesi amacıyla müşterinin mobil aleti tutma açısı, parmaklarını kaydırma ve tıklama hareketlerini kayıt altına alarak sonraki işlemlerde kıyaslayan biometrik yazılımlar kullanıyor,
- Kredi kuruluşları, kağıtsız kredi başvurusu uygulamalarıyla dokümanların programa yüklenmesiyle kredi başvuru sürecini tamamen dijital ortamda tamamlayabiliyor.

Ülkemizde finansal sektörün geneline baktığımızda ise yapay zeka ve makine öğreniminin ya hiç uygulanmadığını ya da bu yolculuğun henüz çok başında olunduğunu görüyoruz. Bu durumun nedenleri; yapay zekâ alanında deneyimli iş gücünün henüz yeterli seviyede olmaması, bu alanın daha çok teknoloji geçmişli ekipler tarafından domine edilmesi ve bu nedenle iş ihtiyaçlarının yeteri kadar tanımlanamaması, medyanın yapay zekânın olası faydalarından ziyade, bu alandaki korku ve risklere odaklanıyor olması olarak sıralanabilir.

YAPAY ZEKA ALANINDAKİ RİSKLER

Yapay zeka uygulamalarına başlamadan önce finansal kurumların dikkate alması gereken riskleri sıralarken, en büyük riskin bu uygulamalara adapte olmamak olduğunu söylemek yanlış olmaz. Yapay zekayı benimsemek, sabır gerektiren karmaşık ve uzun soluklu bir süreç. Bu nedenle en doğru yaklaşım çalışmalara hemen başlamaktır. Öncelikli olarak ele alınacak yapay zekâ projeleri, sınırlı etkiye sahip ve düşük yatırım getirisi sunuyor olsa da kurum için sağlayacağı öğrenim fırsatı sayesinde ilerleyen dönemde farklı alanlara dokunacak bir yolculuğun ilk adımının atılmasını sağlayacaktır.

Bir başka büyük risk ise bu alanda yetenekli insan kaynağı eksikliği. Yapay zekâ ve onun en önemli alt dalı olan makine öğrenimi konusunda bilgili kaynağı bulmak ve işe almak oldukça zor. Bu durum şirketlerin kendi içsel modellerini geliştirmesinin veya yapay zekâ yaklaşımlarının şirketler tarafından özümsenmesinin önündeki en büyük engel olarak gözüküyor. Doğru alanda doğru şekilde uygulaması yapılmayan yapay zekâ modelleri ise alınan sonuç itibarıyla yeterli düzeye ulaşamıyor ve şirketlerin bu alana olan iştahını azaltıyor.

Son olarak, aşırı regülasyon ve düzenleyici otoritelerin tutumu da finansal kurumların yapay zeka yaklaşımlarından faydalanırken bazı sorunlarla karşılaşmasına neden olabiliyor. Bu nedenle, kurumların bu alandaki bilgi seviyelerini yükseltmeleri, iç kontrollerini geliştirmeleri ve böylece düzenleyicilere bilgi açısından doyurucu ve net yanıtlar verebilmeleri önem kazanıyor. C

Tüm güncel haberleri
Posta'dan takip edin.

Türkiye'yi ve insanları çok seviyoruz
POSTA

KORUMA PEŞİNDE!

Bankacılık dışı finans, zorlu geçecek 2019'a hazırlanıyor. Yeni yıl için sigortadan leasinge her alanda işlem hacimlerinde daha muhafazakar hedefler hakim. Ekonomide büyümenin hız keseceği 2019'da, faktoring ve leasing yeni müşteri avına çıkacak.

Sigortada ve finansman şirketlerinde ana plan, müşteri sayısında kan kaybı yaşamamak üzerine kuruluyor. Katılımcı sayısını en rahat artıracak alan ise otomatik katılımın desteğiyle BES olacak.

ELÇİN CİRİK • ecirik@capital.com.tr

2019, her sektörde olduğu gibi bankacılık dışı finansta da zorlu geçeceğe benziyor. Sigorta, leasing, faktoring ve emeklilik alanlarında önümüzdeki yıla yönelik reel bir büyüme beklentisi yok. Bu durum da sektör oyuncularının müşteriye daha fazla odaklanmasına neden oluyor. Kimi mevcut müşterisini elinde tutmaya yönelirken kimisi ise yeni müşteri peşinde koşmayı planlıyor. Sigorta da bu sektörlerden biri…

Son zamanlarda ekonomide yaşanan dalgalanmalar, sigorta sektörünü olumsuz etkiledi. Hayat ve hayat dışı sigortacılıkta 3'üncü çeyrekte reel büyümeler eksiye döndü. Güneş Sigorta yetkilileri, "İnşaat ve üretimin yavaşlaması, yeni araç satışlarının düşmesiyle ilgili öngörüler doğrultusunda 2019'da prim üretimlerinin kısıtlı büyüyeceğini düşünüyoruz" yorumunda bulunuyor. Allianz Türkiye CEO'su Aylin Somersan Coqui de aynı fikirde: "2019 yıl sonu öngörümüz, hayat dışı sigortada yüzde 20'ye yakın büyümeyle 55 milyar TL prim üretimi ve hayat sigortalarında yüzde 5-6'lık büyümeyle 7 milyar TL üretime ulaşılacağı yönünde. Bu da reel anlamda prim üretiminin düşeceği anlamına geliyor."

Bu öngörü, sigortalı sayısını da etkiliyor. "Yeni araç ve konut satışları, sigortalı sayısını artıran unsurlar" diyen Coqui, özellikle 2019'da poliçe sayısında artış beklemiyor. Hatta ekonomik baskılarla sigorta yaptırmaktan vazgeçme eğiliminin güçlenebileceğini belirtiyor.

Kurdaki yükselişle maliyetler arttığı için özellikle kasko branşında fiyat artışına gidilmesi bekleniyor. Bu da sektörde prim üretiminde büyüme getirecek. Axa CEO'su Yavuz Ölken, "Hedefimiz, mevcut müşterilerimizi koruma oranımızı yükseltmek, yeni müşteri kazanmak ve müşteri başına poliçeleri artırmak olacak. Öte yandan otomobil ve konut satışları beklenen noktada değil" diyor. Aksigorta Genel Müdürü Uğur Gülen de 2019 yılında sektörün temel büyüme dinamiğinin fiyat artışı olmasını bekliyor.

Bu ortamda lider şirketler, müşteri sayılarını artırmada daha uzun vadeli plan yapıyor. AXA Sigorta toplam 2,6 milyon müşteri sayısını 2020'de yüzde 10 artırmayı hedefliyor. Allianz Türkiye, 2019 sonu için yüzde 15-20 büyümeyle 6,5-7 milyar TL prim üretme ve mevcut 6 milyon müşterisini koruma stratejisinde. Güneş Sigorta, banka kanalıyla gelecek büyümeyle 1,5 milyona yaklaşan müşteri toplamını etkili iletişim ve pazarlamayla tırmandırmayı amaçlıyor.

LEASİNG RİSKİ YAYIYOR

Leasing, 2018 yılına 6,3 milyar dolar işlem hacmi hedefiyle başladı ve yılın ilk 5 ayında bu hedefle uyumlu büyüdü. Ancak kurlardaki ve faizlerdeki yüksek dalgalanmadan sektörün işlem hacimleri olumsuz etkilendi. Şeker Leasing Genel Müdürü Latif Latifoğlu, 2019 yılında önemli bir küçülmeyle 1,5 milyar dolar civarında bir işlem hacmi olmasını bekliyor.

"Sektörümüzde reel büyüme daha ziyade faiz oranlarının düşük seyrettiği ve uzun vadeli kay-

MEVCUDU ELDE TUTMA PLANI

OTOMOTİV BELİRLEYECEK

Ağırlıkla otomotiv sektörünün finansmanını gerçekleştiren finansman şirketleri, 2019'da işlem hacmi ve müşteri sayısında mevcudu koruma üzerine planlar yapıyor. TEB CETELEM Genel Müdürü Stephane Becoulet, "Müşteri tabanına yayılma bizim için doğal bir gereklilik. 2019'da 2. el otomotivin öne çıkacağını düşünüyoruz. ÖTV indirimiyle piyasada bir hareketlenme oldu. Önümüzdeki yıl için pazar büyüklüğünü öngörmek zor ama öncelikli hedefimiz, mevcut işlem hacmimizi korumak. Bugün aktif 86 bin müşteriye sahibiz; burada da mevcut müşterilerimizin tekrar tercih ettiği bir marka olmak istiyoruz" diyor.

RİSK YÖNETİMİ ÖNEMLİ

ALJ Finansman Genel Müdürü Soner Irmak ise, "2019'da finansman şirketleri için etkin ve proaktif risk yönetimi, zorlu ve hızla değişen ekonomik koşullarda başarıyı belirleyecek. 9 Kasım 2018 itibarıyla finansman şirketlerinin otomotiv kredileri stoku içinde payı yüzde 54,5. Kasım başında devreye alınan ÖTV indirimi, otomotiv sektörüne büyük canlılık getirdi. Bizim 31 bin müşterimiz ve 1 milyar TL'lik portföy büyüklüğümüz bulunuyor. Bu yılı 15 bin araç finansmanıyla bitireceğiz" diyor.

YENİ SEKTÖRLER

Yüzde 100 QNB Finansbank'ın iştiraki olan yeni oyunculardan Hemenal Finansman'ın genel müdürü Engin Söker ise "Şu anda tüm oyuncular, 2018'i mümkün olduğunca sınırların dışına çıkmadan ve risk almadan kapatmaya odaklanıyor. Gelecek yıl yüksek tutarlı işlemlerin olduğu, kredi riskinin az gözlemlendiği sektörlere öncelik vereceğiz. Çetin koşullara rağmen yeni oyuncularından biri olduğumuzdan işlem hacmimizi mümkün olabildiğince büyütmek istiyoruz. Çalıştığımız sektörlere yenilerini ekleyeceğiz, farklı sektörlere ulaşmada opsiyonları değerlendiriyoruz" şeklinde konuşuyor.

naklara kolay erişildiği dönemlerde oluyor" diyen İş Leasing Genel Müdürü Mehmet Karakılıç, mevcut konjonktürde 2019 yılında işlem hacminin daralabileceği öngörüyor.

"BES'İ OKS BÜYÜTECEK"

KRİTİK ETKİ

BES, müşteri tarafında en iyimser planları kuran sektör. Bunda otomatik katılım sisteminin yeni fazının ve cayanlara geriye dönüş imkanı verilmesinin olumlu etkisi var. Anadolu Hayat Emeklilik Genel Müdürü Uğur Erkan, "Ocak 2019 fazında 1,8 milyon yeni çalışanın sisteme dahil olmasını bekliyoruz. Ayrıca 2017 yılında OKS'den ayrılan 7,7 milyonun sisteme yeniden girişi sağlanacak. 2019 sonunda OKS'de sayı 8,5 milyona ulaşacak. Gönüllü BES'de genç, ev hanımı, çiftçi, esnaf gibi müşteri segmentlerinin daha yoğun katılımıyla katılımcı sayısının 2019 sonunda 7 milyonu ve OKS ile toplam sayının 15,5 milyonu aşmasını bekliyoruz. Bizim 1,7 milyon katılımcımız bulunuyor. 2019 sonunda 2 milyonu aşmasını hedefliyoruz" diyor.

4 MİLYON DÖNER

"Sektörü OKS büyütecek" diyen Garanti Emeklilik Genel Müdürü Burak Ali Göçer'in 2019 öngörüleri ise şöyle: "Gönüllü BES'te 6,9 milyon katılımcı, toplam 86 milyar lira fon birikti. 2019'da bu yıla yakın katılımcı sayısıyla tamamlanacak. Otomatik BES'te Ocak ayında 400 bin firmanın sisteme girmesini bekliyoruz. Ayrıca 4 milyonun tekrar sisteme gireceğini tahmin ediyoruz. OKS'de sayı 7 milyona ulaşacak. Bizim de büyümemiz otomatik katılım tarafında olacak. 2019 yılını gönüllü katılımda 1,2 milyon ve otomatik katılımda 900 bin katılımcıyla tamamlarız."

ÇAPRAZ ÜRÜNLER

AvivaSA Emeklilik ve Hayat CEO'su Fırat Kuruca, OKS'nin 2019'da rekabeti şekillendireceğini düşünüyor. Kuruca, "2019, BES ve otomatik katılımda konumumuzu korumak için hem yeni müşteri kazanımı hem mevcut müşterilerimizin sadakatine odaklanacağımız bir yıl olacak. Ayrıca hayat ve ferdi kaza sigortalarını sunacağız" şeklinde konuşuyor. Allianz Türkiye CEO'su Aylin Somersan Coqui de gönüllü BES'de 2019 sonunda sektörün 7 milyon katılımcıyla 111,2 milyar TL fon büyüklüğüne ve otomatik katılımda yüzde 70 büyümeyle 7,5 milyar TL fon büyüklüğüne ulaşılacağını öngörüyor. Şirket, gönüllüde 865 bin katılımcıyla fon büyüklüğünde 18,8 milyar TL'ye ulaşmayı ve otomatikte 400 bin katılımcıyı kalıcı kılmayı planlıyor.

Bu ortamda leasing şirketleri, aktif kalitesinin gözetilmesi amacıyla daha çok müşteriye ulaşmayı planlıyor. Finansal Kurumlar Birliği'nin Haziran 2018 verilerine göre sektörde 58 bini aşkın müşteri mevcut. Latif Latifoğlu, bu müşteri sayısının 2023 yılına kadar 100 binin üzerine çıkarılması için çalışıldığını vurguluyor. Latifoğlu, "Daha fazla sayıda müşteriyle daha düşük tutarlarda işlem gerçekleştirme, kredi riskinin sağlığı açısından avantajlı. Bu nedenle müşterilerin artırılması çalışmaları 2019'da daha da önem kazanacak" diyor.

Bu mantıkla Latifoğlu, Şeker Leasing olarak yeni müşteri kazanımında her yıl için yüzde 10'un üzerinde artış hedeflediklerini açıklıyor. İş Leasing Genel Müdürü Mehmet Karakılıç da ekonominin yeniden gelişmesiyle başta KOBİ'ler olmak üzere bu alanda paylarını yükseltmeyi amaçladıklarını dile getiriyor.

MÜŞTERİ PORTFÖYÜ DEĞİŞİYOR

60 oyuncuya sahip faktoring sektöründe, 2018'in üçüncü çeyreğinde faktoring işlemleri yüzde 30 kan kaybetti.

QNB Finans Faktoring Genel Müdürü Nergis Ayvaz Bumedian, 2019'un hem müşteri adedini artırmak hem hacmi yükseltmek için yoğun çaba gösterecekleri bir yıl olacağı görüşünde. Bumedian, "Bu yılın sonunda işlem hacminde yüzde 5-10 gibi küçülme göreceğimizi düşünüyorum. 2019'da amacımız, öncelikle bu işlem hacmini korumak olacak" diyor.

Bugün 125 bin müşteriye hizmet veren faktoring şirketleri için verimli çalışabilmek için müşteri sayılarının yüksekliği hayati önem taşıyor. FKB Başkan vekili ve TEB Faktoring Genel Müdürü Çağatay Baydar, "Özellikle küçük ve orta ölçekli firmalarla ne kadar yaygın çalışılırsa o kadar güçlü bir zemin oluşuyor" diyor.

Volatilite sonrası yeni müşteri girişinin hızlandığını belirten Kapital Faktoring Yiğit Özkes, sektörde yeni bir trendin oluştuğuna da dikkat çekiyor: "Daha önce ulaşamadığımız, randevu alamadığımız büyük ve orta büyük ölçekli kurumlar faktoring kullanmaya başladı. Sektörde yeni müşterilerle aktif kalitesi artıyor, bu trend gelecek yıl da sürecek."

Çağatay Baydar, önümüzdeki 2-3 yıl içinde ihracat işlemleri yaptıkları müşteri sayısını artırmayı hedeflediklerini söylüyor ve ekliyor: "Güncel olarak 3 bin aktif müşterimiz var, önümüzdeki yıl bu rakamı 3 bin 500'lere taşımayı hedefliyoruz." Nergis Ayvaz Bumedian ise "Eylül 2018 itibarıyla 5 bin 200 olan müşteri sayımızı yüzde 25 artışla 6 bin 500'e ulaştırmayı hedefliyoruz" diyerek hedeflerini açıklıyor. C

25 yaşında

Auto SHOW

Aralık sayısı bayilerde

DB DOĞAN BURDA DERGİ

GÜNCEL: Aston Martin DBX; Lamborghini SC18; SÜRÜŞ İZLENİMİ: Audi A1; Skoda Scala; Nissan Qashqai; Mercedes-Maybach Ultimate Luxury; Kia Stonic; Hyundai Kona E; TEST: Citroen Berlingo; 100.000 KM TESTİ: BMW X1; KULLANILMIŞ OTOMOBİL: VW Golf; SERVİS: Kış aksesuarları

www.autoshow.com.tr

Otomobil dünyasının en güncel, anlık haberleri
ise sosyal medyada yine Auto SHOW'da

*f /AutoSHOWDergi *🐦 /AutoShowdergi *📷 /autoshowdergi

* Telefonlarınıza QR Code okuyucuları, Appstore (iOS) ve Play Store (Android) mağazalarından ücretsiz olarak indirebilirsiniz.

finance suite

ELÇİN CİRİK ecirik@capital.com.tr

GÖSTERGE

"Türkiye'de nüfusun **yüzde 51**'inin kredi kartı borcu var. Bu rakamla dünyada **yüzde 40**'la Amerika'nın ve **yüzde 38** ile Avustralya'nın önünde birinci sıradayız."

CEO Ajanda

Zor yıla hazırlık

2019'da zor bir yıl yaşanması bekleniyor. Finans sektörünün iki deneyimli yöneticisine "zor yılda" en çok neye odaklanacaklarını sorduk:

AKTİF KALİTESİ

Kuveyt Türk Genel Müdürü Ufuk Uyan, dijital dönüşüm, aktif kalitesi ve operasyonel verimlilik konularına odaklanacak. Uyan, önem verdiği konuları şöyle aktarıyor:

"Dijitalleşmeye ciddi yatırımlar yapıyoruz. Bireysel müşterilerimize yönelik Senin Bankan'ın müşteri sayısı 90 bine, dijital kanalları kullanan müşteri sayımız 900 bine ulaştı. 2018'in ikinci yarısından itibaren kur, faiz ve enflasyon üçgeninde zor bir yıl oldu. Bugün tedbirlerinin etkisiyle normalleşme başladı; kurlarda dengelenme görüyoruz. 2019, bu dengelenmenin devam ettiği bir yıl olacak. Bu ortamda bankalar için aktif ve pasif kalitesini muhafaza etmek ve hasarı en aza indirmek önem arz ediyor. Biz de müşterilerimizin risklerini yakından takip ediyor, tahsili gecikmiş alacaklarımızı minimum düzeyde tutmak için gayret sarf ediyoruz. Ayrıca hem genel müdürlük tarafında hem şubeler tarafında organizasyonumuzu, süreç ve prosedürlerimizi en verimli şekilde yönetmek için çalışıyoruz."

ÖNCELİK ÜRÜNDE

Unico Sigorta Genel Müdürü Cenk Tabakoğlu, mesaisinin önemli bölümünü kasko, trafik ve konut sigortası gibi geleneksel sigorta branşlarındaki gelişimi artırmak üzerine ayırıyor. Tabakoğlu, gündemindeki en önemli maddeleri şöyle özetliyor:

"En önemlisi yeni ürün geliştirmek ve fark yaratacak inovatif ürünleri sektöre kazandırmak. Hızlı ürün geliştirme kasımız çok kuvvetli. Ayrıca dijitalleşmeye odaklanıyoruz; müşterilerimizin taleplerini karşılayabilmek adına dijitali tüm iş yapış biçimlerimize adapte etmeye çalışıyoruz. Hem müşteri hem acentelerimiz için en iyi deneyimi sunmaya yönelik yatırımlar yapıyoruz; bu noktada da sadakat programları ve iş ortaklığı kurgularından faydalanıyoruz. 50'den fazla iş birliği kurgusu, uygun organizasyonel yapımız, modüler altyapımızla farklı platformlara çok hızlı entegre olabilme yeteneğimiz var."

gündem

"KOBİ'lerle büyüyoruz"

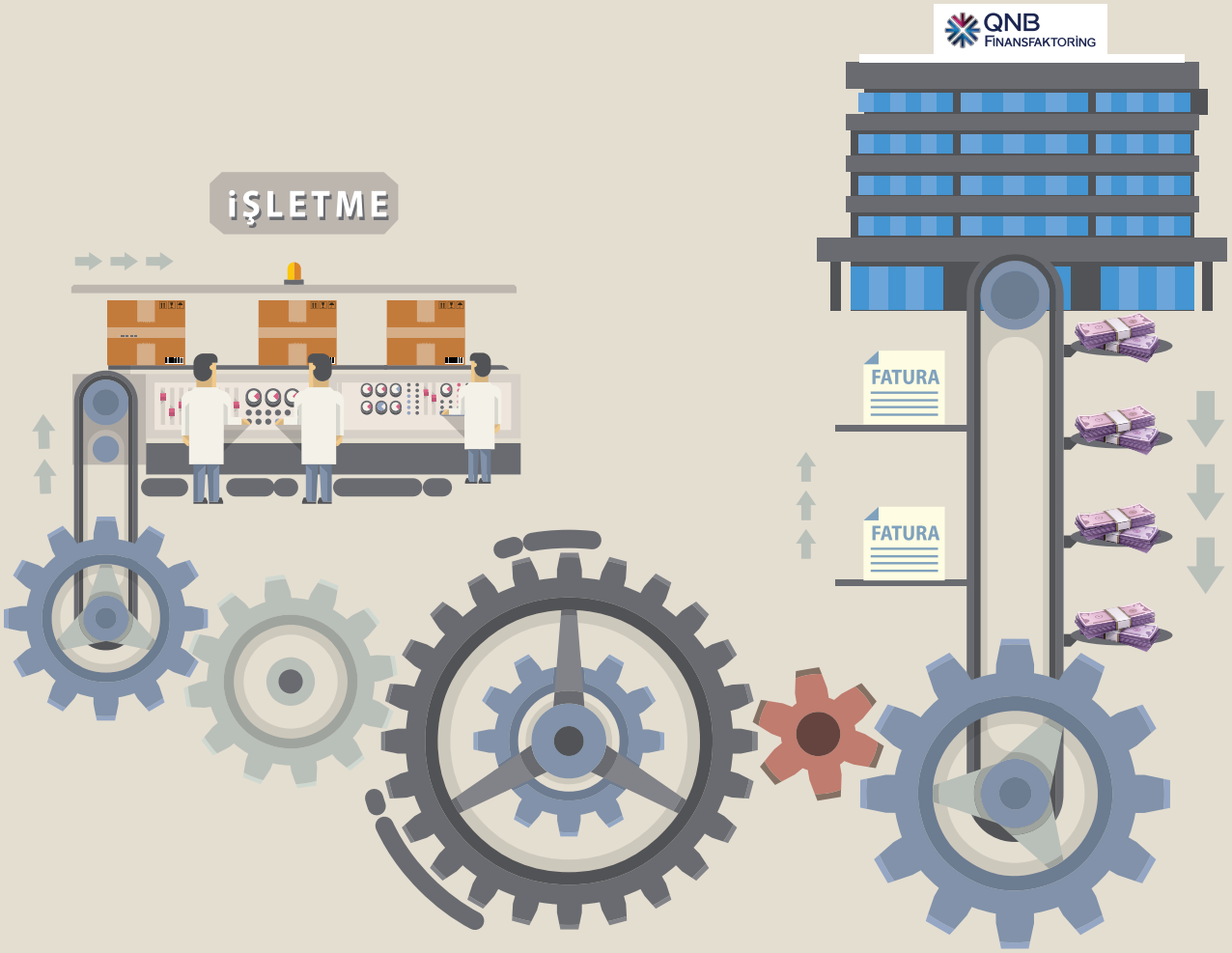
İhracatçıları destekleyen Eximbank, yeni stratejisiyle daha çok KOBİ'lere yöneliyor. Finansal Kurumlar Birliği (FKB) öncülüğünde düzenlenen 'KOBİ'lerle Güçlü ve Güvenli Yarınlara' buluşmasında görüştüğümüz Eximbank Genel Müdürü Adnan Yıldırım, 2017'den bu yana portföylerinde KOBİ oranının 2019'da daha da artacağını söylüyor. Yıldırım, yeni büyüme alanlarını şöyle açıklıyor:

YAPIMIZI DEĞİŞTİRDİK

"İhracatçı KOBİ'lerin bize gelmesini beklemedik, biz onlara gidiyoruz. Sadece Ankara, İstanbul kısmen İzmir'de vardık ama yapıyı değiştirdik. Bursa, Denizli, Adana, Konya gibi 12 ilde şubemiz ve 14 bölgede irtibat bürolarımız var. 2017'den bu yana KOBİ'lere öncelik veriyoruz. Toplam ihracatçı portföyümüz içinde KOBİ'lerin payı 2017'de yüzde 53'tü. Ekim sonunda bu oranı yüzde 65'e çıkardık. Sayı olarak da 10 bin 600 KOBİ'yi yakaladık. 2018 sonunda KOBİ payı yüzde 68 ve 2019 sonunda yüzde 70 olacak. Turizm, lojistik gibi hizmet işletmelerini de KOBİ kapsamına aldık. Geçtiğimiz ağustos ayı itibarıyla uygun faiz oranlı ve çok sevilen TL kredilerini sadece KOBİ'lere veriyoruz. 2019'da da böyle devam edeceğiz. Özkaynaklarımızı KOBİ'lere kullandıracağız."

Faturanız nakite dönüşsün, işiniz kesintisiz yürüsün.

Üretim durmasın, ticaret beklemesin. Faturanızın vade sonu gelmeden, QNB Finansfaktoring'e gelin. Nakite çevirdiğiniz faturalarınızla üretime kesintisiz, ticarete güvenle devam edin.



QNB FİNANSFAKTORİNG

qnbff.com 0212 371 38 00

PAY KAPMA YARIŞI

Faktoring sektöründe rüzgar, bu yılın üçüncü çeyreğinde tersine döndü. 2019 için de büyümede zorluklar olacağı konusunda tüm yöneticiler hemfikir. 2019'da işlem hacminde büyüme beklenmezken faktoring alacaklarında vadelerin kısalmasıyla yüzde 10'luk bir artış beklentisi hakim. Bu ortamda şirketler, ekonominin cankurtaranı olarak görülen ihracatın faktoringinde büyüme planı kuruyor. Ayrıca tedarik zinciri finansmanında da gelecek yıl pay alma yarışı sürecek.

ELÇİN CİRİK • ecirik@capital.com.tr

Ticaretin finansmanını üstlenen faktoring, tüm dünyada yıllık 3,1 trilyon dolar büyüklüğe sahip. Türkiye'de ise 2017 sonunda 145 milyar lira işlem hacmine imza attı. 2018 yılı üçüncü çeyrek sonu itibarıyla sektörün toplam işlem hacmi, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 10 artarak 112 milyar TL'ye ulaştı.

Ağırlıkla KOBİ'lerden oluşan 125 bin müşterisine hizmet veren sektör için, 2018 yılının ilk altı ayında olumlu bir hava mevcuttu. Hatta işlem hacminde yüzde 30 büyümeler yazıldı.

Ancak üçüncü çeyrekte ekonomideki dalgalanmalar, faktoring sektörünü de vurdu. Finansal Kurumlar Birliği Başkan Vekili ve TEB Faktoring Genel Müdürü Çağatay Baydar'a göre, 2018'in

üçüncü çeyreğinde faktoring işlemlerinde yüzde 30 azalma görüldü.

2019 için de büyümede zorluklar olacağı konusunda tüm yöneticiler hemfikir. Bu ortamda şirketler, ekonominin de cankurtaranı olarak görülen ihracatın faktoringinde gelişme imkanı görüyor. Öte yandan sektör için yeni olan tedarik zinciri finansmanında da gelecekte köşeleri tutmak adına 2019'da çalışmalar sürecek.

2018 NASIL BİTECEK?

Peki sektör bu yılı nasıl kapatacak? QNB Finansbank Faktoring Genel Müdürü Nergis Ayvaz Bumedian, sektörün bu yılı geçen yılın biraz altında bitirmesini bekliyor.

Sektör yöneticilerinin önemli bir bölümü 2018'in 140 milyar TL'ye yakın bir hacimle kapanacağını öngörüyor. Sektörün bir diğer önemli göstergesi faktoring alacaklarında ise 40 milyar TL'nin biraz üzerinde kalınarak geçen yılki değerin korunması bekleniyor.

Finansal Kurumlar Birliği Başkan Vekili ve TEB Faktoring Genel Müdürü Çağatay Baydar, sektörün aktif büyüklüğünün 2017'nin ilk yarısına oranla yüzde 5'lik artışla 38,4 milyar TL'ye ve özkaynaklarının da yüzde 18,7 büyümeyle 6,6 milyar TL'ye çıktığını belirtiyor.

Sektörde her ne kadar özkaynaklarda büyüme iyi olsa da Baydar, geçen yılın aynı dönemine göre karşılık oranlarında yüzde 30'luk artış olduğunun altını çiziyor. Bu durumun, 2018 sonunda özkaynaklar üzerinde negatif etkisi olabileceğini de sözlerine ekliyor.

2019'DA YÜZDE 10 ARTAR

Faktoring sektöründeki 2019 beklentilerine gelince… Burada faktoring şirketlerinin yöneticileri çok da umutlu konuşmuyor. "Faktoringin iş hacmi, ülke ekonomisi ve ticaretle tamamen entegre" diyen Fiba Faktoring Genel Müdürü Özge Yılmaz, "2019'da sektörün, ticaret hacmine paralel büyüyeceğini düşünüyoruz" diyor.

"2019, faktoring sektörü açısından zor bir yıl olacak" diyen Bumedian da gerek büyüme oranlarındaki gerilemeyle daralan ticaret hacmi gerekse şirketlerin giderek bozulan mali yapılarının faktoringin büyümesini olumsuz etkileyeceğini düşünüyor. Yine de yöneticiler, sektörün işlem hacminde 2018 yılı rakamlarına ulaşacağı öngörüsünde bulunuyor. Kapital Faktoring Genel Müdürü Yiğit Özkes, "Cirosal bir artış olmaz. Ama sektörde vadeler kısalıyor, faktoring alacakları daha çok kere dönecek" diyor.

Bumedian, 2019'da faktoring alacakları ve aktif büyüklükte yüzde 10 büyüme bekliyor. Garanti Factoring de 2019 yılında şirket olarak yüzde 10 büyüme öngörüyor. Garanti Factoring Genel Müdürü Kaya Yıldırım, "2019'da takipteki alacak oranlarının konjonktüre bağlı yükselebileceğini, kârlılıkların bu yıla benzer olacağını düşünüyoruz" diyor.

"2019'DA YÜZDE 25 ARTIŞIMIZ OLACAK"

NERGİS AYVAZ BUMEDIAN
QNB FİNANS FAKTORİNG GENEL MÜDÜRÜ

2018'DE BÜYÜMEMİZ YÜZDE 40

Eylül sonu itibarıyla ciromuz 4 milyar TL, faktoring alacaklarımız 1 milyar 200 milyon TL. 2019 hedeflerimizi, sektörün gerçekleşme beklentilerinin üzerinde belirledik. 2018 yılını yüzde 40 büyümeyle 5 milyar TL işlem hacmiyle kapatacağız.

TÜM GÖSTERGELER

2019'da yüzde 25 artışla 6 milyar 250 milyon TL işlem hacmine ulaşmayı hedefledik. Müşteri adedimizi işlem hacminde olduğu gibi yüzde 25 artırarak 6 bin 500 aktif müşteriye ulaşmayı planlıyoruz. Faktoring alacaklarımızı da paralel büyümeyle 1 milyar 500 milyon TL seviyesine taşımayı hedefledik.

DİJİTAL AÇILIYOR

Odak noktamızda, reel sektörün bel kemiği KOBİ'ler olacak. Kurumsal ve büyük ticari segment şirketlerimizle çalışmalarımızı koruyacağız. 2018 yılında üç şube daha açarak toplam şube sayımızı 25'e çıkardık. 2019 yılında da dijital platformumuzu hayata geçireceğiz, hizmetlerimizi web ve mobil üzerinden de ulaştıracağız.

YURT İÇİ DAHA ZORLU

Bugün sektörde 60 oyuncu bulunuyor. Kapital Faktoring Genel Müdürü Yiğit Özkes, ilk 16 büyük oyuncunun pazarın yüzde 85'ine hakim olduğunu söylüyor. Rekabetin çetin olduğu bu alanda, lider şirketler henüz faktoring hizmetleriyle tanışmamış KOBİ'lere ulaşmayı hedefliyor. Garanti Factoring Genel Müdürü Kaya Yıldırım, bugün ulaşılan işlem hacminin yüzde 81'inin yani 91 milyar TL'nin yurt içi işlemlerden oluştuğunu belirtiyor.

KAYA YILDIRIM

Yurt içi işlemlerde heyecan verici alan ise tedarik zinciri finansmanı olarak öne çıkıyor. Finansal Kurumlar Birliği'nin kurduğu platformla hayata geçirilen tedarik zinciri finansmanında bu yıl işlemlere yeni başlandı. Avrupa'da toplam alacak finansmanı içinde tedarik zincirinin payı yüzde 50. Bu da bu alandaki büyüme potansiyeline işaret ediyor.

Fiba Faktoring Genel Müdürü Özge Yılmaz, "2018'de kullanıma açılan platformun 2019'da yaygınlaşmaya başlayacağını umuyoruz. Bu da faktoring şirketlerinin çoklu tedarikçilere ulaşmalarına, yeni müşteri edinmelerine ve işlem hacmini artırmalarına destek olacak" diyor. Ancak Yılmaz'ın hızla artan konkordatolar ve bozulan mali yapılar nedeniyle 2019 özelinde bu alanda hızlı bir büyüme beklentisi bulunmuyor.

İHRACAT TOPARLAYACAK

Sektörde bu yıl ve gelecek yıl için asıl büyüme fırsatı, ekonominin cankurtaranı olarak görülen ihracatın finansmanında olacak. Son güncel verilere göre sektör işlem hacminin yüzde 19'u yani 21 milyar TL'si yurt dışı işlemlerden oluşuyor.

Ayvaz Bumedian, mevcut durumda ihracat faktoringi işlemlerinde artış olduğuna dikkat çekiyor ve "Bu artışın hızlanmasını ve 2019'da ihracatın toplam işlem hacmindeki payının artmasını bekliyorum" diyor. Çağatay Baydar da aynı fikirde. Baydar, bu yıl sonunda ihracat tarafında yüzde 8'lik bir büyüme öngördüklerini belirtiyor.

Bu alanda özellikle büyük faktoring şirketleri, 2019 için iddialı hedeflere sahip. Garanti Factoring Genel Müdürü Kaya Yıldırım, "İhracat işlemlerinde alacak garantisi, tahsilat ve ihracatçılarımızı destekleyici fiyatlarla finansman olanaklarını artırarak devam ettireceğiz" şeklinde konuşuyor. Fiba Faktoring de 2019 yılında ihracat faktoringinde hacmini artırmayı hedefliyor.

QNB Finans Faktoring için hedeflerini Bumedian şöyle aktarıyor: "İhracatın toplam işlerimizdeki payı yüzde 25'in üzerine çıkacak. İhracat faktoringinde sektörün lider beş şirketi arasında olmayı istiyoruz."

"TEDARİK ZİNCİRİ VE İHRACAT ALANLARINDA BÜYÜYECEĞİZ"

ÖZGE YILMAZ
FİBA FAKTORİNG GENEL MÜDÜRÜ

TABANA YAYGIN

Ekim sonunda yaklaşık 3 milyar TL işlem hacmi gerçekleştirdik. Aktif müşteri sayımız bin 300. Geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi 2019 için odaklandığımız konuların başında KOBİ segmenti geliyor. Tabana yaygın, dengeli ve sağlıklı plasman yapımızı korumayı amaçlıyoruz. Müşteri memnuniyeti ve optimum verimliliği temel alarak sistem altyapımızı geliştirmeye devam ediyoruz.

İKİ ALAN ODAKTA

2019 yılında tedarik zinciri finansmanı ve ihracat faktoringi hacimlerimizi artırmayı hedefliyoruz. Tedarik zinciri finansmanı, daha çok müşteriye ulaşmak ve yaygınlaşmak için önemli bir araç. İhracat faktoringi ise ihracatçılarımızın alacaklarını garanti eden ve gerekli finansmanı sağlayan özel bir ürün. İhracat faktoringiyle şirketlerin uluslararası pazarlardaki tahsilat risklerini ortadan kaldırarak, bilmedikleri ülkelere, hiç tanımadıkları alıcılara gönül rahatlığıyla mal mukabili satış yapmalarına imkan sağlıyoruz.

Firmanıza Özel Çözümlerle
Fark Yaratır...

Fiba Faktoring, firmanızın ticari işleyişine ve alacak yapısına uygun finansman modelleri sunuyor, danışmanlık desteği veriyor.

FİBA FAKTORİNG

Finansal Kurumlar Birliği

FCI

Finansal Kurumlar Birliği ve Factors Chain International (FCI) üyesidir.

(0212) 385 14 00 ◆ www.fibafaktoring.com.tr

"REEL BÜYÜME BEKLEMİYORUZ"

Hayat dışı sigortacılığın öncü oyuncularından Mapfre Sigorta'nın CEO'su ALFREDO MUNOZ, 2018 sonunda sektörde büyümenin yüzde 14'te kalacağı öngörüsünde bulunuyor. "2019'un da iyi bir yıl olacağını düşünmüyoruz, reel büyüme beklemiyoruz" diyen Munoz, motor dışı branşlarda poliçelerin yenilenmediğinin sıklıkla görüleceğini düşünüyor.

ELÇİN CİRİK • ecirik@capital.com.tr

Hayat dışı sigortacılıkta prim üretimi, eylül sonunda reel büyümede eksiye geçti. Geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 3,3 küçülen sektörde 2018 sonu için de tablo olumsuz. Sektörün önemli yabancı oyuncularından Mapfre Sigorta'nın CEO'su Alfredo Munoz, "Trafik dışı alanlarda, Türkiye gibi potansiyeli olan bir ülke için çok parlak büyümeler yok. Bu yılın sonunda hayat dışı sigortada ancak yüzde 14 gibi bir büyüme olacak" diyor.

Munoz, 2019 için de çok umutlu konuşmuyor. "Biz gelecek yılın iyi bir yıl olacağını düşünmüyoruz. 2019'da da reel büyüme olmasını beklemiyoruz. Motor sigortalarını direkt etkileyen otomobil satışları gelecek yıl yarıya inebilir, bilemiyoruz. Motor branşında çoğunluk yaptırmaya devam eder, kaskodan kolay vazgeçilmiyor. Ama motor dışı branşlarda 2019'da poliçelerin yenilenmediğini daha sık göreceğiz" yorumunda bulunuyor.

Kurdaki dalgalanmaların etkisinin 2019'da fiyatlara artış olarak yansıyacağını belirten Mu-

noz, gelecek yıl bireysel sigortalarda ve ferdi kaza sigortaları gibi branşlarda daha iyi büyümeler olabileceğinin altını çiziyor.

Mapfre Sigorta CEO'su Alfredo Munoz ile iyisiyle kötüsüyle, yeni trendleriyle 2019'u masaya yatırdık:

● Eylül sonu verilerine göre hayat dışı sigortada yüzde 19,9 büyüme mevcut. Bu yıl sektörün performansını nasıl buluyorsunuz?

■ Sektörde büyüme var ama rakamlar o kadar pozitif değil. Bahsettiğiniz büyüme rakamının içinde trafik için oluşturulmuş havuz da var, yani iki kere yazılmış primler bulunuyor.

Trafik dışı alanlarda da Türkiye gibi potansiyeli olan bir ülke için çok parlak büyümeler yok. Bu yılın sonunda hayat dışı sigortada ancak yüzde 14 gibi bir büyüme olacak.

● Peki 2019 için nasıl bir tablo bekliyorsunuz?

■ Gelecek yılın iyi bir yıl olacağını düşünmüyoruz. 2019'da da reel büyüme olmasını beklemiyoruz. Burada pek çok faktör var. Motor sigortalarını direkt etkileyen otomobil satışları, gelecek yıl yarıya inebilir, bilemiyoruz. Motor branşında çoğunluk yaptırmaya devam eder, kaskodan kolay vazgeçilmiyor. Ama motor dışı branşlarda 2019'da poliçelerin yenilenmediğini daha sık göreceğiz.

2019'da enflasyonla bağlantılı olarak büyüyen ve küçülen branşlar olacak. Örneğin içinde bulunduğu durum nedeniyle inşaat sigortalarında kesin çok düşüş olacak. Nakliyat branşının da ihracattan etkileneceğini düşünüyoruz. Bu branşta müşteriler düşük fiyat almak isteyeceği için rekabet artacak.

● Herhangi bir branşta büyüme gelebilir mi?

■ Bireysel sigortalarda, ferdi kaza sigortalarında yükseliş görebiliriz. Yangında işler daha iyi gidebilir. Tamamlayıcı sağlık sigortalarının da önemli bir potansiyeli var, sağlık sigortalarının yerine de geçebiliyor. Uzun vadede konut sigortaları önemli bir potansiyel ama 2019 için değil daha uzun vadede bakmak lazım.

Ama biz şirket olarak gelecek yıl için çok endişelenmiyoruz. Daha uzun vadede geleceği düşünüyoruz. Gelecek yıl zor olacak ama şanslıyız ki bizim ana sermayedarlarımız farklı coğrafyalarda farklı dönemlerde bu tip zor zamanları yaşıyor. Biliyoruz ki bu zor zamandan sonra hayat devam edecek, pozitif kalıp gelecek için hazırlanmamız gerektiğini biliyoruz.

● Kurda yaşadığımız dalgalanmaların hangi branşlarda, nasıl etkilerini göreceğiz?

■ Kurların etkisinin en yoğun olduğu alan, yedek parçalarının ithal olması nedeniyle motor branşları. Bazı yedek parçalarda maliyetlerimiz yüzde 60 arttı. Bu alanda teknik kârlılık düşüyor ve daha da düştüğünü göreceğiz.

Sağlık sigortaları ise çok rekabetçi ve bu nedenle de fiyatlar olması gerekenden yüzde 10-15 düşük gidiyor. Türkiye'de çok iyi hastaneler var ama fiyatları oldukça yüksek. Burada da motordaki gibi yurt dışından gelen ekipman ve malzemeler etkili ve kurdaki hareketlerden etkileniyor. Bu da fiyatlarda baskı yapıyor, hastanelerin de hizmet fiyatları yükseliyor. Sağlık tarafında fiyatların yüzde 10-12 daha yüksek olması gerektiğini düşünüyorum.

Kurumsal sigorta branşları için şu ana kadar bir önemli etkisi olmadı. Ama olacaktır çünkü 2019'da istenen primler artınca sigortalı şirketler yeniden sigorta yaptırmayı düşünecek. Sigortalı şirketler poliçe limitlerini düşürerek avantaj sağlamak isteyebilir. Büyük şirketlerin bu yola gideceğini sanmıyorum ama daha orta ölçekli ve küçükler düşünebilir.

● Motor branşında maliyetler, 2019'da fiyata ne kadar yansıyacak?

■ Bir noktada sonunda maliyetleri yansıtmak zorundayız. Tabii trafik sigortasında tavan fiyat regülasyonla belirlendiği için kasko tarafında artış yapılabilecek. Ama sektör, bu konuda yavaş davranıyor. Aslında kurlar yukarı gittiğin-

"TRAFİK DIŞI BRANŞLARDA BÜYÜYECEĞİZ"

STRATEJİMİZ

Bizim önceliğimiz satışlar ve pazar payı değil. Dolayısıyla biz bu yıl büyüme göstermiyoruz. Ama bir değişim de olmuyor, ben hala burada şirketin başındayım. Geçen yıldan beri stratejimiz, trafik harici branşlarda büyümek. Eylül sonu itibarıyla trafik dışı branşlarda büyümemiz yüzde 17.

BİLİNÇLİ SEÇİM

Bu yıl trafik dışında sektörün üzerinde büyüme gösteriyoruz ama sektör genelinde 2018 sonunda prim üretimimizde düşüş görünecek. Bunu bilinçli olarak yapıyoruz. Sektörde rakiplerimizin farklı stratejileri var ve onlara da saygı duyuyorum. 2019'da şirket olarak enflasyon oranında büyümeyi hedefliyoruz.

DERİNLEŞECEĞİZ

Sigortalı sayımızı artırmak istiyoruz. 1,4 milyon bireysel ve 100 binin üzerinde tüzel sigortalımız var. Önem verdiğimiz bir nokta, sigortalı başına düşen ürün sayısını çoğaltmayı hedefliyoruz. Çapraz satışları artıracak yöntemler geliştiriyoruz. Ayrıca dağıtım kanallarımızı genişletmek için çalışıyoruz. Dijital transformasyonda sadece satış için değil satış sonrası hizmetler için de uygulamalarımız var. Sürekli üçüncü partilerden destek alarak operasyonlarımızın verimliliğini artırmak için çalışıyoruz.

de sektör olarak hepimiz fiyatları yükseltmeliydik ama tüm oyuncular bunu yapmadı. Hala hiç artış yapmayan şirketler var.

Maliyet artışı ortalamada yüzde 30. Üretici ve tüketici enflasyonu arasında bir fiyat artışı dengesi bulmalıyız. Bugün faizler arttığı için sigorta şirketlerinin finansal getirileri iyi; bu nedenle "Fiyatları artırmadan halledebilirim, faizden kazanırım" deniyor. Ama faizlerde gidişat er ya da geç bir noktada düşecek. Bu noktada da poliçelerin fiyatı önemli olacak. Doğru fiyatlandırma yapmazsanız başınız dertte demektir.

● Peki bu son dönemde sigortalı tarafında farklı trendler görüyor musunuz?

■ Bugün asıl risk tahsilat tarafında. Bugünden primleri tahsil etmede biraz zorlanıyoruz. Ekonomik değişimle ilerleyen dönemde tahsilatlarda bozulma olacak. Uzun vadede tabii ki bazı sigortalılar yenilemeyecek, yeniden yaptırmak istemeyecek.

Aslında Türkiye sigorta pazarında hızlı büyüyebilecek kanallar var. Yeni dağıtım kanalları olacağını düşünüyoruz. Örneğin iş birlikleri gelişmiş değil. Dünyada belli bir gruba örneğin bir perakende zincirinin müşterilerine özel ya da dernek üyelerine özel ürün ve hizmetler sunulur. Dünyada sigorta şirketleri bu şekilde pek çok dernek, perakende şirketi, holding gibi kurumlarla yoğun iş birlikleri geliştirir. Bu şekilde yeni sigortalılara ulaşmak da mümkün olur. Biz Mapfre Sigorta olarak bu tip ufak çalışmalara başladık. Bu iş modelini daha çok göreceğiz. Ayrıca e-ticaret alanında daha iyi bir büyüme bekliyoruz, online sigorta satışı çok yavaş ilerliyor. Şaşırtıcı çünkü diğer alanlarda e-ticaret satışları hızla büyüyor. Acenteler bugün dijital konusunda tedirgin bile değil, oran çok düşük. Ancak sigorta şirketlerin yanında acenteler de bu alanda çalışmaya başlamalı. 1-2 yılda normal şartlarda online satışın toplam prim üretiminin yüzde 5'ine kadar çıkması lazım.

● Sektörün her 100 TL prim üretiminde 5 TL zarar yazdığı söyleniyor. Kârlılık anlamında düzelmeyi ne zaman görürüz?

■ 2017'de yazdığımız poliçelerin zararlarını bu yıl toplamaya başladık. 2019'da da tablo aynı olacak. Sektör olarak teknik tarafta para kaybediyoruz. Trafik en çok zararın yazıldığı alan, her 100 TL prim üretiminde 10-11 TL zarar yazıyoruz. Bazı segmentlerde ve bazı illerde daha iyi olabiliyor. Havuz tarafında mevcut durumda fiyatlar çok çok düşük. Sektör ve otoriteler bu sorunu biliyor ama bugünkü enflasyon ortamında bir çözüm bulmak zor. Temel olarak bizim devlete "Fiyat artırın" deme lüksümüz yok. Aslında trafik poliçelerinde her ay yüzde 1,5 artış çok iyi bir rakamdı.

2019'da teknik kâr tarafında iyileşme olacağını umuyorum. Bugünkü sorun, sattığımız primler, enflasyon nedeniyle eriyor. Gelecek yıl en azından burada bir denge oluşacağını düşünüyorum. Ama tabii 2018'deki poliçe zararlarını 2019'da da göreceğiz, bunun negatif etkisi olacak. Trafik dışı branşlarda çözüm, sektöre düşüyor. C

"İYİ BİR FIRSAT OLURSA BAKARIZ"

BÜYÜME PLANI

2019'da trafik dışında konut, KOBİ, yangın gibi branşlarda büyüme planımız var. Çünkü bunlar kârlı alanlar... Poliçe üretimimizin yüzde 33'ünü yapan kasko tarafında hala aktifiz. Gelecek yıl kaskoda da büyürüz. Kâr getirmeyen işler de olmuyoruz. Örneğin sağlık sigortalarında bugün büyümemiz yok, çünkü kâr getirmeyen işleri almıyoruz. Sektör çok fazla prim üretimine odaklı, sıralamalara önem veriliyor. Biz kârlılığa odaklı gidiyoruz, sıralamaya bakmıyoruz. Ayrıca hayat sigortalarımızda banka payı oldukça düşük. Burada eylül sonunda yüzde 44 büyüdük; sektörde ise yüzde 10 büyüme oldu. Burada da büyümemiz sürecek. Tüm işlerde pazarın gelişimine ve kârlılık oranlarına göre sigorta yapma kararlarımızı hızla değiştireceğiz.

SATIN ALMA İMKANI

Mapfre Global, Türkiye'ye çok pozitif ve uzun dönemli olarak bakıyor. Dünyada 80 milyon nüfusu olan bu kadar genç bir ülkede sigorta işinde kalmak istememesi manalı olmaz. 2007'de 410 milyon Euro yatırımla Genel Sigorta'yı satın aldık; o günden beri de her zaman kâr ettik. Sürekli yatırımlarla Türkiye'de büyümemizi destekliyoruz. Gelecekte inorganik bir büyüme fırsatı olursa bakacağız. Pazarda pek çok şans var ama fırsat değildi bizim için. Bizim satın alma kararı vermemiz için bize artı bir değer, farklı bir portföy katması lazım. Şu anda öyle bir fırsat görmüyoruz. Yabancı yatırımcılar için bugün "bekle-gör" stratejisi de var ama uzun vadede iyi fırsat olduğunda bakarız.

DENİZLER, TEKNELER VE GEZGİNLER HAKKINDA HER ŞEY

YACHT TÜRKİYE

Türkiye'de bu yıl onlar konuşuldu!

2018'DE EN ÇOK SİPARİŞ ALAN 35 YAT

ARALIK SAYISI bayilerde

IRISHA
51 metrelik megayatın hızı tam 26 knot!

Fransız katamaran üreticisinin amiral gemi si
ALEGRIA 67

Klasik ketch 50 yıl sonra yeniden doğdu
KARYA

Üç okyanusu kürekleyerek tarihe geçti
ERDEN ERUÇ

En yeni tekneler, yelken yarışları ve Türkiye'nin en kapsamlı tekne alım-satım rehberi YATMARKET ile birlikte...

"HİSSE BAZINDA FIRSATLAR VAR"

Piyasalarda yaşanan yüksek volatilite sonrası sular biraz olsun durulmuş görünüyor. Ancak hisse senedi piyasasında temkinli duruşunu koruyan HSBC Portföy Genel Müdürü NİLGÜN ŞİMŞEK, "Seçici olmak kaydıyla hisse senedinde fırsatlar var. Ama kısa vadede kalıcı bir yukarı trend hareketi için şartlar oluşmadı" diyor.

TALİP YILMAZ
tyilmaz@ekonomist.com.tr

FOTOĞRAF: **GÖKHAN ÇELEBİ**

2018 piyasalardaki oynaklığın çok yüksek olduğu ve yıl başında yapılan makroekonomik tahminlerin öngörülemeyen faktörler yüzünden saptığı bir yıl oldu. Yılın ikinci yarısında hızlanan enflasyon ve bozulan piyasa likidite dinamikleri, her vadede faiz oranları üzerinde baskı kurdu. Ağustos ayında kur üzerindeki atak sonrası hızla bozulan piyasa koşulları olduğunu gördük. Bu ataklar sonrasında, Merkez Bankası ve BDDK'nın attığı adımlarla piyasalar tekrar normalleşme sürecine girdi. Bu süreçte piyasalar yaşanan atakların ardından yeni denge seviyelerine oturuyor. Yılın son ayı ve 2019 için piyasa bek-

lentileri konusunda 9,7 milyar TL fon büyüklüğünü yöneten HSBC Portföy'ün genel müdürü Nilgün Şimşek ile konuştuk:

● 2018 yılını yatırım araçları açısından nasıl tamamlıyoruz? Dalgalı piyasalarda hangi yatırım araçları öne çıktı?

■ Belirli bir risk bütçesi etrafında çeşitlendirilmiş varlıklardan oluşan fonların kazandırdığı bir yılı geride bırakıyoruz. Örneğin, belirli bir risk bütçesiyle yönetilen özel sektör tahvilleriyle zenginleştirilmiş yatırım fonları, bu dönemde yatırımcısına güzel getiriler sağladı. Bunun yanı sıra yurt dışı piyasalara yatırım yapan fonlar, çeşitlendirme etkisiyle pozitif performanslarıyla öne çıktı. Ayrıca bu yıl altın ve Eurobond fonlar da yatırımcıların yüzünü güldürdü.

● 2018'in son ayı ve 2019 ilk çeyrek için takip edilecek önemli gündem maddeleri neler?

■ Yılın son çeyreğinde en önemli gündem maddesi 19 Aralık'ta yapılacak FED toplantısı. Bu toplantıda alınacak faiz kararının yanı sıra büyüme, enflasyon ve faiz projeksiyonları da önemli. 2019 yılı için bir patika çizilecek olması nedeniyle toplantı yakından takip edilecek. ABD büyümesini etkileyecek her türlü veri, piyasa fiyatlamalarını etkileyecek nitelikte. Geleceğe dönük global büyüme görünümü açısından gösterge niteliğinde olan petrol fiyatları da takip edilecek. Bunlara ek olarak diğer takip edilecek önemli gündem maddeleri kuşkusuz global ticaret savaşları ve İtalya'nın mali durumu olacak. Yurt içinde ise TCMB Para Politikası Kurulu toplantıları, enflasyon verileri ve büyümeyle ilgili öncü göstergeler, piyasalar açısından önemli. TCMB'nin para politikası, kur ve piyasa faiz eğrisinin tamamını etkileyecek.

● FED'in politikalarının gelişmekte olan piyasalara yansıması konusunu biraz açar mısınız?

HANGİ HİSSELER İZLENMELİ?

Önümüzdeki dönemde ucuz hisseden ziyade bilançosuna güvenilebilecek, artan faiz ortamında borçluluğu göreceli az, artan faaliyet kârlılığını faiz ödemelerine aktarmak zorunda kalmayan, mali yapısı kuvvetli, fiyatlama gücü yüksek, ihracat esnekliği olan, yatırımlarını tamamlamış şirketlere odaklanılması gerekiyor.

Önümüzdeki dönemde seçici olmak kaydıyla yüksek nakit akışı yaratma kapasitesiyle telekom sektörü, döviz gelirleri ve ihracat potansiyeliyle cam sektörü, yüksek enflasyon ortamında olumlu etkilenen perakende sektörü gibi sektörler yakından izlenmeye devam edilebilir.

HSBC Küresel Araştırma Birimi'nin makro tahminleri

Gösterge		2018
Enflasyon	(%)	27,4
Cari açık	(Milyar $)	-49
İşsizlik	(%)	11
Dolar/TL		5,5
Euro/dolar		1,13

■ 2018 yılında ekonomik aktivite anlamında ABD'nin dünyanın geri kalanından pozitif ayrıştığı bir döneme şahit olduk. 2019'da ABD tarafında ekonomik aktiviteye ilişkin verilerin, bir miktar ivme kaybetse de güçlü kalmaya devam etmesini bekliyoruz. Bunun yanı sıra zaman zaman ABD tarafında enflasyonist baskıların artabileceği bir yıl olacağını da not etmek gerekiyor. Bu gelişmelerle, FED'in faiz artırım döngüsüne devam etmesini bekliyoruz.

2019 yılının ikinci yarısında FED'in daha nötr bir duruşa geçeceğini düşünüyoruz. Güçlü dolar, yükselen ABD faizleri ve ticaret savaşı kaygılarının gelişmekte olan ülke varlıkları üzerinde satış baskısı yarattığı bir yılı geride bırakıyoruz. 2019 için küresel anlamda dolar için nötr bir görüş belirliyoruz. Gelişmekte olan ülke varlıklarının da değerlemelerinin cazip seviyelere geldiğini düşünüyoruz. Önümüzdeki yılı 'uzun vadeli yatırımcılar için iyi yatırım fırsatlarının çıkabileceği bir yıl' olarak görüyoruz.

● Borsa tarafında önümüzdeki 4 ayda neler bekliyorsunuz? Endekste yukarı trend olur mu?

■ Türk hisse senetleri için genel anlamda temkinli duruşumuzu muhafaza ediyoruz ve seçici olmak kaydıyla fırsatlar olduğunu düşünüyoruz. Kısa vadede kalıcı bir endeks trendi için gerekli şartların oluşmasını beklemiyoruz. Yavaşlayan ekonomik aktivitenin bilhassa döviz ağırlıklı borçlanmış şirketlerin net kârı üzerindeki olumsuz etkisi ve yine artan faiz oranlarının değerlemeler üzerindeki olumsuz etkisi, hisse senetlerine iştahı azaltan faktörler arasında. Ancak ihracat pazarları kuvvetli seyrediyor, zayıf TL de ihracatçı şirketlerin elini güçlendiriyor. Döviz ağırlıklı faaliyet gösteren ağır sanayi şirketleri olumlu etkileniyor. Yine toparlayan turizm aktivitesi dikkat çekiyor. Bu faktörlerin şirketlere olumlu etkisinin ucuz değerlemelerle birleşmesi, ilgili şirketlerin hisselerinde olumlu

HSBC PORTFÖY'ÜN AJANDASI

BES'TE DÜZENLEMENİN ETKİSİ

Hazine, emeklilik fonlarındaki performans sorununu çözmek amacıyla emeklilik şirketlerine "Emeklilik yatırım fonu net varlık değeri toplamının yüzde 40'ından fazlası tek bir portföy yönetim şirketi tarafından yönetilemez" kuralını getirdi. HSBC'nin emeklilik şirketi olmadığı için bu anlamda bağımsız sayılırız ve küresel bir yapımız var. Bu yapımızla ilk 5 emeklilik şirketinin fonlarını yöneten kurum olduk. Hem pazar payını hem de emeklilik gelirlerini önemli ölçüde artırmayı başaran tek kurum olduk, diyebilirim.

YABANCILARA FON SATIŞINA AĞIRLIK

2019 ajandamızda yeni fon grupları ve yeni pazarlar var. Ülkemizin kolektif yatırım araçları vasıtası ile de yurt dışından bireysel ve kurumsal yatırımcı çekme potansiyeli çok yüksek. Özellikle Orta Doğu ve Uzak Doğu ülkelerinden TL ve/veya yabancı para cinsinden fiyatlanmış yatırım fonlarına büyük ilgi olabilir. HSBC olarak bu pazarlara yakınlığımız da mevcut. Takasbank'ın TEFAS'ı yurt dışı platformlarla birleştirme çalışmaları, ne kadar doğru bir yönde adım attığımızın önemli bir göstergesi.

beklentiler oluşmasını sağlıyor. Doğru şirket ve sektörlere odaklanıldığında endeks getirilerinin üzerinde ek gelir yaratma fırsatının 2019'da da sürmesini bekliyoruz.

● Döviz tarafında beklentiniz nedir? ABD dolarında 5 TL'nin altı seviyeler mümkün mü?

■ Döviz konusunda bankamızın küresel araştırma ekibinin 2018 yıl sonu dolar/TL tahmini 5,50 seviyesinde.

● Gösterge faizde beklentiniz nedir? Merkez Bankası'ndan nasıl hamleler bekliyorsunuz?

■ TCMB'nin enflasyondaki katılığı göz önünde tutarak sıkı para politikası kapsamında gösterge faizi 2019'un ikinci çeyreğine kadar sabit tutmasını bekliyoruz. TCMB orta ve uzun vadeli bakış açısıyla enflasyon hedeflemesine devam edecektir. Yıl içinde küresel risk iştahındaki gelişmelere paralel olarak, enflasyon beklentilerinin aşağı doğru gelmesi halinde gösterge faiz daha da gevşeyebilir.

● Sabit getirili TL yatırım araçlarında nasıl bir strateji izlenmeli? Hangisi tercih edilmeli?

■ Getiri eğrisi yapısı halen 'ters' olmaya devam ediyor. Önümüzdeki dönemde risk iştahının benzer seviyelerde kalacağı varsayımı altında kısa ve orta vadeli kıymetler tercih edilerek yüksek getiriden faydalanılabilir. Uzun vadeli kıymetler enflasyon oranlarında belli bir iyileşmeyi fiyatladı. Ancak vade priminin göreceli olarak geri gelmesi halinde, uzun vadeli kıymetler tekrar cazip hale gelebilir.

● Altın tarafında ons ve gram/TL olarak beklentileriniz?

■ Altın/ons fiyatları geçtiğimiz yıllarda global genişleyici para politikaları sonucu 1.800 dolar seviyelerine kadar yükselmişti. 2013 sonrasında gelişmiş ülke merkez bankaları bilançolarının daha fazla genişlememesi ve sonraki yıllarda küçülmeye başlamasıyla 1.060 dolar seviyesine kadar geriledi. Altın global talebin dengelenmesiyle 1.230 dolar civarında bir ortalamayla seyrediyor. Altına karşı alınan spekülatif pozisyonların tarihi dip seviyelere yakın seyretmesini göz önünde bulundurarak, altın fiyatlarının yukarı hareket etmesini bekliyoruz.

● Peki yatırımcı nasıl bir portföy dağılımı yapmalı?

■ Geliştirdiğimiz model portföy içerisinde, faizlerin ve risk primlerinin artmasıyla bir miktar orta vadeli Eurobond artırılabileceğini düşünüyoruz. Değerleme açısından gelişmekte olan ülke varlıklarının daha cazip bir noktaya geldiğini düşünüyoruz. Benzer şekilde Türk hisse senetleri de değerleme açısından geldiği nokta itibarıyla seçici olarak portföylerde bir miktar artırılabilir. Bu dağılımın farklı coğrafya, para birimi ve varlık sınıflarıyla çeşitlendirilmesi, uzun vadeli getiriler açısından önemli olmaya devam edecek. C

ARALIK SAYIMIZDA

FARKLI STİLLER İÇİN YENİ YIL DEKORASYONU, IŞILTILI FİKİRLER, YARATICI SOFRA SUNUMLARI VE KIŞ EVLERİ

MAISON FRANÇAISE

+ YILBAŞI SOFRALARI VE HEDİYE DOSYASI

@maisonfrancaiseturkey maisonfrancaiseturkey MF_Turkiye

para yatırım

● TALİP YILMAZ tyilmaz@doganburda.com

PORTFÖY BAROMETRE

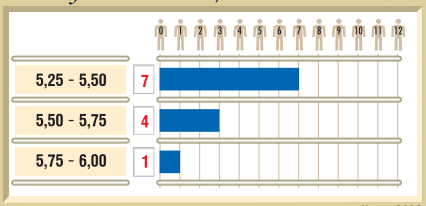
Beklentiler daha iyimser

"Piyasalar yılın son ayına girerken Noel Baba rallisi yaşanır mı" sorusunun cevabı aranıyor. Ancak yurt dışı belirsizlikler, FED'in faiz artırımı, döviz kurlarındaki artışın makro göstergelere yansıması gibi nedenlerle yılın son ayında yatay trendin devamı beklentisi daha öne çıkıyor. 12 finans şirketinin CEO'sunun yanıtladığı anketler de buna işaret ediyor.

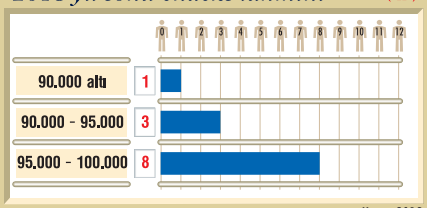
BORSA: Endeksin yılı 95.000-100.000 bandında biteceğine yönelik beklentiler öne çıkıyor. Şimdilik 100.000 üstü beklenmiyor. Hatta bir katılımcının 90.000'in altına işaret ettiği görülüyor. Endeks bazında değil hisse bazında hareketlilik öne çıkacak.

DOLAR/TL: Geçen sayımızda yaptığımız ankette dolar/TL için 5,50-6,00 bandı öne çıkıyordu. Son anketimizde ise yıl sonu beklentisi 5,25-5,50 aralığında ağırlık kazanıyor. Şimdilik kurda beklentiler iyimser. Sadece bir katılımcı 5,75'in üzerini öngörüyor.

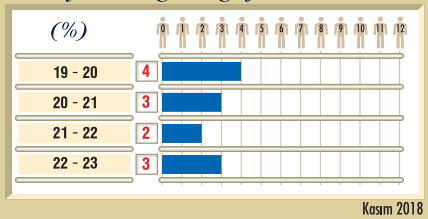
2018 yıl sonu dolar/TL tahmini



2018 yıl sonu endeks tahmini



2018 yıl sonu gösterge faiz tahmini



GÖSTERGE FAİZ: Merkez Bankası, politika faizini yüzde 24 seviyesinde tutarken geçen ayki anketimizde gösterge faizde yüzde 24-26 aralığı öne çıkıyordu. Ancak son dönemle enflasyonla ilgili olumsuz beklentilerin kırılması, faizle ilgili beklentileri olumluya çekiyor.

TAKVİM

FED toplantısındaki mesajlar önemli

3 Aralık: Türkiye, TÜİK ÜFE verileri
4 Aralık: Euro Bölgesi, TÜFE verileri
7 Aralık: ABD, tarım dışı istihdam
10 Aralık: Türkiye, GSYİH
11 Aralık: Türkiye, TCMB, cari açık
13 Aralık: Türkiye, TCMB faiz kararı
13 Aralık: Avrupa MB faiz kararı
17 Aralık: Türkiye, işsizlik oranı
17 Aralık: Türkiye, merkezi yönetim bütçe dengesi
17 Aralık: Türkiye, TÜİK, Sanayi Üretim Endeksi
19 Aralık: ABD, FED faiz kararı
20 Aralık: İngiltere, MB faiz kararı

1 SORU 1 YANIT

"İyimserlik öne çıkıyor"

SORU **Sütaş Yönetim Kurulu Başkanı Muharrem Yılmaz**

Bizim için döviz ve faiz önemli parametreler ve yine merkez bankalarının hamleleri… Aralık ayında piyasalarda neler olacak?

YANIT **Gedik Yatırım Genel Müdürü Metin Ayışık**

"Yakın dönemde doların küresel olarak değer kaybetme eğiliminde olmasıyla ABD-Türkiye ilişkilerinde gözlenen normalleşme kaynaklı olarak TL lehine olan seyir, öne çıktı. Bu süreçte kasım ayı içinde 2 defa test edilen 5,30 TL civarları kısa vadeli dip olabilir. Dolar aleyhine ve/veya TL lehine bir gelişme yaşanması durumunda kurun 5,00 TL civarlarına doğru gerilediği de görülebilir. Ancak, enflasyondaki yüksek seyir, yaklaşan seçim takvimi ve iktisadi faaliyetteki yavaşlama eğilimi nedeniyle kısa vadede 5,00 TL altı zayıf ihtimal. Ekstra olumsuz bir gelişme olmadıkça kur 5,50 TL altındaki dengelenme eğilimini sürdürür. Gösterge faiz ise yüzde 19-21 bandında dengelenir."

KATKI FONLARI KAZANDIRDI

BES FON

Bireysel emeklilik fonlarının 31 Ekim, 23 Kasım tarihleri arasındaki getiri performansını analiz ettik. Bu dönemde en yüksek getiriyi sağlayan ilk 10 fon, yüzde 7,35 ile yüzde 5,88 arasında getiri elde etti. En yüksek getiriyi Fiba Emeklilik Quinvest Portföy Değişken Fon yüzde 7,35 ile sağladı. Onu Vakıf ve Garanti Emeklilik''in katkı fonları yüzde 6,29 ve yüzde 6,20 ile takip etti. Fon türü bazında katkı fonları getiri açısından öne çıktı.

GÖRÜŞ

"TL mevduat ağırlığını koruyor"

Her ne kadar son dönemde, oranlarda bir miktar geri çekilme olsa da yıl sonuna kadar en cazip yatırım aracının yine mevduat olarak kalmaya devam edeceğini söyleyen **Ziraat Portföy Genel Müdürü Uğur Boğday,** yılın son ayında portföy dağılımıyla ilgili şu görüşleri paylaşıyor:
"Böyle bir şablonda portföyde yüzde 35 oranında mevduat tutulabilir. Hisse senedi pozisyonlarının yine daha düşük bir miktarda da olsa altınla dengelenmesi sağlıklı olacaktır. Son dönemde gelişmekte olan piyasalarda yaşanan dalgalanmalara global hisse senedi endekslerinde görülen oynaklıklar da eklendi. Bu yüzden Türkiye'de atılacak adımların etkilerinin yanı sıra gelişmekte olan ülkelere yönelik yatırımcıların risk iştahındaki değişimler ve ayrıca global hisse senedi piyasalarındaki oynaklık da yakından izlenmelidir. Bu değerlendirmeler ışığında mevduat dışında yüzde 20 hisse, yüzde 20 tahvil, yüzde 10 ÖST ve yüzde 15 altın portföyde olabilir."

PORTFÖY NASIL OLMALI?

FAİZ / MEVDUATIN GETİRİSİ CAZİP Hem hisse senedi piyasasında görülebilecek dalgalanmaların portföy getirisini dengeli seviyelerde tutabilmesi hem de mevcut faiz seviyelerinden yararlanmak maksadıyla sabit getirili TL yatırım araçları tavsiye ediliyor. TL mevduat oranları bono faizlerindeki düşüşün ardından göreceli olarak daha cazip hale geldi. Bu ortamda yüzde 35 oranında TL mevduat, yüzde 10 oranında tahvil tutulabilir. ÖST fon önerisi ise çok düşük.

DÖVİZ / PAYI DÜŞÜK Kısa vadede enflasyon konusunda negatif bir beklenti yok. Petrol fiyatları da Türkiye açısından enflasyon ve cari denge kalemlerinde olumlu etkiye sahip. Global piyasalarda son dönemde yaşanan oynaklık FED'in faiz artırım beklentilerine yönelik de beklentilerin zayıflamasına yol açıyor. Bu da gelişmekte olan ülke para birimleri açısından pozitif algılanıyor. Böyle bir ortamda dövize yüzde 15 gibi bir oran ayrılabilir.

BORSA / ORTA UZUN VADE İÇİN Bir süredir hisse senedi piyasalarında görülen aşağı yönlü baskı, birçok önemli hisseyi uzun vadeli yatırım açısından cazip seviyelere getirdi. Böyle bir ortamda da uzmanlar seçici yaklaşılması ve kısa vadeden ziyade orta-uzun vadeli pozisyon alınması kaydıyla portföylerdeki hisse ağırlığı önerisini yüzde 25'lere kadar çıkarıyor. Burada ihracatçı firmalar ve döviz borcu düşük hisselere dikkat çekiliyor.

ALTIN / DENGELEME ARACI Altında ABD dolarının değer kaybının destekleyici etkisi gözleniyor. Bu trendin devam etmesi halinde ons başına altın fiyatları yukarı hareketini sürdürebilir. Buna karşılık TL'de yıl sonuna kadar değer kaybı beklenmediğinden altının gram fiyatının yatay seyretmesi bekleniyor. Dolar endeksinde yükseliş, dolar faizlerinin artışı ve jeopolitik risklerin mevcut seviyesini göz önünde bulundurarak, altın ağırlığı yüzde 10 civarında tutulabilir.

Dövizin son 1 yıllık getirisi

Döviz cinsi	Son değeri (TL)	Yıllık değişim (%)
Dolar	5,2866	34,7
Euro	6,0150	29,5
Sterlin	6,8043	30,0
İsviçre Frangı	5,3219	32,8
100 Japon Yeni	4,6959	32,8

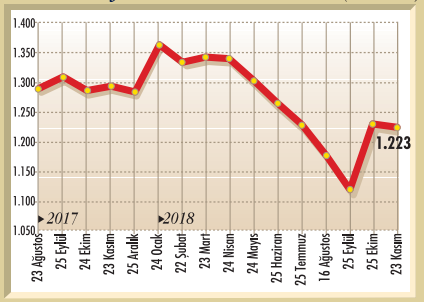
Not: 23 Kasım 2018 TCMB verileridir.

Borsada endekslerin getiri analizi

	Son değeri (TL)	Yıllık değişim (%)
BİST-100	93.748	-13,5
BİST-30	116.895	-12,0
Sanayi	116.987	-5,1
Hizmetler	70.276	-3,9
Mali	99.274	-23,8

Not: 23 Kasım 2018 BİST verileridir.

1200 seviyesi destek (ons/dolar)



LİDERLERİN DERGİSİ

İŞ İNSANLARI VE CEO'LARIN **YAŞAMLARI BU ÖZEL DERGİDE...** KAÇIRMAYIN!

Üç ayda bir yayımlanır

GÜZ SAYISI BAYİNİZDE

ANDROID APP ON Google play

Available on the App Store

DB DOĞAN BURDA DERGİ

HANDE YAVUZ ÇALIK
hyavuz@capital.com.tr
FOTOĞRAFLAR: GÖKHAN ÇELEBİ

"GOLFTE HERKES KENDİSİYLE YARIŞIR"

İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı NEŞE GÖK, sadece erkek egemen bir sektörde rekabet etmiyor aynı zamanda yüzde 90 erkek hobisi olarak algılanan golf de oynuyor. Bu nedenle sektörde olduğu gibi sahalarda da dikkat çektiğini belirten Gök, "Golf oynamayı seviyorum. Çünkü ilişkileri kuvvetlendiriyor. Birini iyi tanımak istiyorsanız onunla golf oynayın" diyor. Gök, iş yaşamında rakiple yarışmanın değil etik değer ve prensiplerin ön plana çıktığı günümüzde golfün çok kıymetli 3 öğretisi olduğunu düşünüyor. Bunları dostluk, güven ve "insanın sükûnet içinde kendiyle yarışarak kazanması" olarak sıralıyor.

Bundan 7 yıl önce golf oynamaya başlayan İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök'ü ilk başta motive eden unsurlar arasında oğlu ve eşiyle daha fazla vakit geçirmek de vardı. Uzun yıllar onlarla birlikte ders alarak hobisini geliştiren Gök, bugün oldukça aktif bir golf oyuncusu. Bulduğu her fırsatı değerlendiriyor. Golfün ailesiyle eğlenceli bir paylaşım yapmasına olanak vermenin yanında birçok yönüyle kendisine iyi geldiğini söylüyor. "Bence çok sakin bir spor. Oynamaya başladığınızda en az 5 saat sürüyor. Toplantılara veya zirvelere katıldığınızda golf oynuyorsanız hemen sıcak muhabbete girebiliyorsunuz. Güvene ve dostluğa dayalı bir spor" diyor.

İnci Holding Yönetim Kurulu Başkanı Neşe Gök ile golf tutkusunu konuştuk:

"DENGE YAKLAŞIMIM"

"GÜNLERCE EVDE OLMAYABİLİYORUM"

Başkanlıktan önce uzun yıllar haftada bir geceden fazla akşam çıkmamaya çalışıyordum. İş yemekleri çok oluyordu. Başkanlıkla beraber maalesef bu biraz sekteye uğradı. Bazen günlerce evde olamayabiliyorum. Ama hem oğlumun hobilerine hem birlikte beraber bir şeyler yapmaya özellikle vakit harcamaya çalışıyorum. Dolayısıyla seyahatlerimizi hep birlikte yaparız.

"GECE MAIL GELİRSE BAKARIM"

Sporumuzu birlikte yapmış oluyoruz. İş-yaşam dengesini bu şekilde sağlayabiliyoruz. Biz aile şirketiyiz. Aile şirketi demek aile ve işin iç içe olması demek. Benim oğlum da burada doğmuş bir çocuk. Aile ve işin ne kadar birbirine girdiğini biliyor. Ben profesyonel değilim saat 6'da çıkayım işten ve bitsin olmuyor. Profesyonel arkadaşlardan da gece 11'de e-posta attım neden cevap vermedin gibi bir beklentim de yok. Ama bana gelirse e-posta, bakarım cevap da veririm.

● Golf oynamaya ne zaman başladınız?

■ 6-7 yıl önce golf oynamaya başladık. Oğlum 7-8 yaşına geldiğinde bir spora başlayalım, hep beraber olsun ve birlikte zaman geçirmekten hoşlanacağımız bir aktivite olsun istedik. Biz kışın kayağa gitmiyoruz. Kış tatillerimiz çok keyifli olmuyordu. Ne yapalım diye düşünürken, golfü denemek istedik. Bu şekilde başladık. Birlikte ders aldık. Eşim, oğlum ve ben beraber öğrendik. Dolayısıyla aynı seviyede olduk, birlikte oynuyoruz. Böyle keyifli bir aile sporu oldu bizim için.

"OĞLUM KÜP ÇÖZMEDE TÜRKİYE ŞAMPİYONU"

KÜP ÇÖZÜYOR

Oğlum Acar'ı spora çok yönlendirmeye çalıştım ama başarılı olduğum söylenemez. Dolayısıyla siz ne yaparsanız yapın çocuk kendi hobisini seçiyor. Bize de o hobiyi desteklemek düşüyor. Mesela oğlumun en büyük hobisi küpleri hızlı çözmek. Şu anda Türkiye rekortmeni. Biz dünyada yarışıyoruz. Bu hafta sonu Münih'e gideceğiz. Çok ders çalış diyen bir anne değilim. Genellikle performansa odaklanırım.

MUTFAKLA İLİŞKİ

Ne yedin, sağlıklı beslendin mi, ne kadar hareket ettin, kaç kalori yakmışız diye bakıyoruz. Geçen gün bir yerlerde okumuştum, dünya tarihinde ilk defa bir neslin hayattan yaşam ömrü beklentisi çok daha kısa. Çünkü o kadar sağlıksız bir nesil yetişiyor ki... Yani en büyük problem orada olacak. Bu nedenle evde sağlıklı yeme-içme konusuna çok dikkat ediyoruz. Çünkü dışarıda çok yiyoruz ve orada o kadar dikkatli olamıyoruz. Eşim de oğlum da mutfağa girmeyi çok seviyor. Onlar mutfağa girdiler mi süper vakit geçiriyoruz.

● Sürekli ders almak gerekiyor mu?

■ Biz hala ders alıyoruz. Antalya'ya 3-4 ayda bir gidilebiliyor. Her gittiğimizde mutlaka ders alıyoruz. Daha sonra daha az ders aldık ama sahaya daha çok çıkmaya başladık. Şimdi de her gittiğimizde bir ders alıyoruz ve 3-4 gün kendimiz sahaya çıkıp golf oynuyoruz.

● Size yakın bir golf sahası var mı? Nerelerde golf oynuyorsunuz?

■ Kuşadası'nda golf sahası var, oraya gidebilirsek oynuyoruz. İstanbul'a geldiğimizde de oynamaya çalışıyorum. Kemer Country'de de birkaç kere oynadım.

Antalya bu anlamda nefis bir yer. Yurt dışından insanlar golf oynayabilmek için Antalya'ya geliyor. Özellikle 29 Ekim, yılbaşı ve şubat tatillerinde Antalya Belek'e gitmeye çalışıyoruz.

● Golf oynarken kendinizle bağdaştırdığınız neler oluyor?

■ Bence çok sakin bir spor. Oynamaya başladığınızda en az 5 saat sürüyor. Kuşadası'na gittiğim zaman tüm günümü alan bir aktivite. İkincisi aileyle vakit geçirmek için hele de ergen bir çocuğunuz varsa ekrandan uzak tutmak istiyorsanız en azından 5 saat elinizde akıllı telefon ve tablet olmadan geçirilen bir zaman olarak

ATLAS TARİH ÇIKTI!

Köprülüler

Bitişinin 100. yılında Büyük Harp

Osmanlı'da Bulgar basını

Dreyfus Davası

Kök coğrafyayı yeniden tanımlamak

Ara Güler: Ustanın ardından

Nazım'ın kayıp filmi

Troya Yılı asıl şimdi başlıyor

HEPSİ VE DAHA FAZLASI
Atlas Tarih'te

DB DOĞAN BURDA DERGİ

görüyorum. Bunun haricinde de tüm dünyada çok geçerli. Türkiye'de spor deyince akla futbol gelir. Çünkü herkes birbiriyle futbol muhabbeti yapabilir. Ama bir Japon ile futbol muhabbeti yapamazsınız. Japon ve Amerikalı ile golf muhabbeti yapabilirsiniz. Japon ortaklarımızla o nedenle ortak hobimiz olmuş oldu. Toplantılara, zirvelere katıldığınızda golf oynuyorsanız hemen sıcak muhabbete girebiliyorsunuz. İş dünyasında uzun yıllar var olan insanların belli bir etik anlayışı, iş disiplini, prensipleri vardır. Ve bu golfte de çok geçerli. Çok güvene ve dostluğa dayalı bir spor. En önemlisi golfte herkes kendisiyle yarışır. Ben çok iyi oynayabilirim, siz yeni başlamış olabilirsiniz ve beni yenebilirsiniz. Çünkü siz kendinizin en iyisini, yapmaya çalışıyorsunuz. Her çıktığınızda kendinizden daha iyisini yapmanız lazım ki kazanın.

● Çalışanlarınızı bu anlamda destekliyor musunuz?

■ Çok fırsat olmadı. Yöneticilerden birtakım arkadaşlar golfe yönelen kişiler var. Hatta whatsapp grubu oluşturduk "Golfçü İnciler" diye. Japon olup İzmir'de yaşayan yöneticiler de var. Onlarla da ara sıra oynuyoruz.

● Yurt dışında golf oynamaya en çok gitmek istediğiniz yer var mı?

■ Golf için İskoçya'da St. Andrews golf sahasına gitmek isterim. Orası ilk golf sahası. Mutlaka önümüzdeki yıllarda organize ederiz diye düşünüyorum.

● Uğurunuz var mı?

■ Bazen bir topta en atılmayacak yerde atıyorsunuz. O top uğurlu oluyor ama eninde sonunda tabii ki kayboluyor. Bazen de 18 delik hiç top kaybetmeden bittiğinde "Bu benim uğurlu topum" diyorum ama bir sonraki seferde o da gidiyor.

● Tekniğiniz var mı?

■ Çok uzun vuramıyorum. Erkek ve kadın arasında da golfte o anlamda fark var. Bu nedenle zaten kadınlar daha önden başlıyor. Aslında güçten ziyade teknik gerekiyor. Uzun boy önemli. Omuz genişliği de çok etkiliyor. Bazen sahaya çıkıyoruz, yaşlı teyzeler oluyor, bir vuruş yapıyor inanamazsınız. O yüzden yaşlılıkta da çok iyi bir spor golf.

● Daha çok insana hitap etmesi açısından golfle ilgili ne yapılabilir? Algıda pahalı bir spor...

■ Burası Ataşehir ve yeni açıldı. Böyle yerlerin olması gerekiyor. Çok yaygınlaşabilir. Burada oynamak için üye olmanız gerekmiyor. Bir sepet top atmak burada 10 TL. Ama golf tatillerine gideyim derseniz, golf otelleri pahalı. Burada oturan birisi için hiç pahalı değil.

● Başka hobileriniz var mı?

"BİRİNİ İYİ TANIMAK İÇİN GOLF OYNAYIN"

"İLGİ ÇEKİYOR"

Otomotiv sektöründeyiz. İkinci kuşaktayım ve kadın yönetici olmam zaten iş dünyasında ilgi çekiyor. Golf de aslında çok erkek dünyasına yönelik bir spor. Sahaya çıktığınızda yüzde 90'ı erkek. Ama nasıl otomotiv dünyasında kadın olarak dikkat çekiyorsak başarılı oluyorsak golfte de çok ilgi çekiyor. Japon ortaklarımız arasında da enteresan oluyor. Japon kültüründe çok kolay hemen samimi olmuyor insanlar. Anlayabileceğiniz yüz ifadeleri de yok.

"İLİŞKİLERİ KUVVETLENDİRİYOR"

Tüm gün oturan adam, golf sahasına bir çıkıyorsunuz oldukça esprili yönünü gösteriyor. Golf onları daha yakından tanımayı sağlıyor. İlişkileri kuvvetlendiriyor. Çünkü golfçüler arasında bir laf vardır; "Birini iyi tanımak istiyorsanız onunla golf oynayın."

■ Kışın özellikle el işi yapmayı çok severim. Şöminenin karşısında oturup örgü, kanaviçe yapmak hoşuma gider. Seyahat etmeyi seviyorum. Araba kiralayıp gezmeyi, köy köy dolaşmayı ailece çok seviyoruz.

● Hobi sahibi olmanın sizde sunduğu avantajlar nedir?

■ Bence hayat ne kadar hobi edinirseniz o kadar çoğalan bir şey. Hayatı zenginleştiren şeyler hobiler. Dolayısıyla iş-ev ya da çocuk-ev-okulun dışında kendimi gösterebildiğim, kendimi hissedebildiğim şeyler hobiler. Hobilerim de genelde aslında insanlarla birlikte olmak için de bir fırsat. Sadece iş odaklı çevreler değil, hobi odaklı çevre de benim için değerli. Daha 360 derece insan olmanın bir parçası. C

HEDİYELİ CAPITAL ABONELİĞİ

Şimdi Capital'e 1 yıllık abone olanlara Start Up dergisi aboneliği de hediye.*

Tek yapmanız gereken **CapitalAbone.com** adresine girmek ve abonelik işleminizi gerçekleştirmek.

Siz de Capital'e abone olun, iş ve ekonomi dünyasında önde olun!

12 Sayı Capital + 4 Sayı Start Up
Sadece 180 TL

- **Her ay adresinize teslim**
- **Ücretsiz kargo**
- **3 taksit imkanı****

Google play | Available on the App Store

Capital
AYLIK İŞ ve EKONOMİ DERGİSİ

* İndirim, 1 yıllık 12 sayı Capital aboneliğinde sınırlı bir süre için geçerlidir. Start Up dergisi, 3 ayda 1 olmak üzere yılda 4 sayı yayınlanmaktadır.
** Taksit, anlaşmalı kredi kartları için uygulanır.

capital.com.tr

GELECEĞİN BANKACILIĞINI KONUŞTULAR

CEOClub çatısı altında düzenlenen "Bankacılar Zirvesi", Capital ve Ekonomist dergilerinin öncülüğünde, Vodafone Türkiye'nin ana sponsorluğunda, Accenture ve NGN'in co-sponsorluğunda düzenlendi. Zirvede sektör liderlerinin katılımıyla Türkiye finans sektörünün 2018 performansı ve 2019 hedefleri ele alındı. "CEOClub Bankacılar Zirvesi"nde konuşan Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin, "Finansman ve teknolojinin gücünü bir araya getirip Türkiye'ye birlikte kazandıralım" dedi.

Türk finans sektörünün liderlerini bir arayan getiren en önemli etkinlikler arasında yer alan CEOClub "Bankacılar Zirvesi"nde Türkiye bankacılık sektörünün 2018 performansının yanı sıra gelecek hedefleri masaya yatırıldı. Etkinlik, Capital ve Ekonomist Dergileri Yayın Direktörü M. Rauf Ateş, Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin ve NGN İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Müfit Süer'in açılış konuşmalarıyla başladı.

Zirvede ayrıca, Accenture Teknoloji Grubu Yönetici Ortağı Emre Hayretci, "Bankacılık Teknolojisi Vizyonu" başlığıyla, Türkiye Bankalar Birliği Başkanı Hüseyin Aydın ise "Bankacılık 2019" başlığıyla birer konuşma yaptı. Konuşmaların ardından düzenlenen ve moderatörlüğünü Alternatif Bank CEO'su Kaan Gür'ün yaptığı CEO Panel'e ise Garanti Bankası Genel Müdürü A. Fuat Erbil, Akbank Genel Müdürü Hakan Binbaşgil, VakıfBank Genel Müdürü Mehmet Emin Özcan, Citibank Türkiye Genel Müdürü Serra Akçaoğlu ve TEB Genel Müdürü Ümit Leblebici katıldı.

HÜSEYİN AYDIN
ZİRAAT BANKASI GENEL MÜDÜRÜ VE TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ (TBB) BAŞKANI

A. FUAT ERBİL
GARANTİ BANKASI GENEL MÜDÜRÜ

HAKAN BİNBAŞGİL
AKBANK GENEL MÜDÜRÜ

MEHMET EMİN ÖZCAN
VAKIFBANK GENEL MÜDÜRÜ

SERRA AKÇAOĞLU
CITIBANK TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ

ÜMİT LEBLEBİCİ
TEB GENEL MÜDÜRÜ

SİNERJİ VURGUSU

Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Meltem Bakiler Şahin konuşmasında, günümüzde bankacılık sektörünün dijitalleşmeyle birlikte yeni meydan okumalarla karşı karşıya olduğunu vurguladı. Şahin, nesnelerin interneti (IoT) teknolojisinden büyük veri uygulamalarına, yapay zekadan, sosyal medya ve anlık iletişime kadar tüm dijital gelişmelerin, bankacılık sektörü açısından fırsatlar barındırdığını anlattı. Şahin, Vodafone'un bu alandaki çalışmalarını şöyle özetledi: "Vodafone olarak, şebeke ve teknoloji çözümlerimizle bankaların çalışanlarının birbiriyle daha hızlı ve etkin iletişim kurmasını, müşterilerine daha kaliteli hizmet vermelerini ve iş süreçlerindeki operasyonel çevikliğin artırılmasını sağlıyoruz. Dünyanın en büyük 50 küresel bankasının yüzde 50'si, Vodafone Grubu'nun yaygın küresel şebeke erişimi, mobil ve sabit iletişimin yanı sıra IoT teknolojisi ve bulut çözümleri alanlarındaki uzmanlığından yararlanıyor. Türkiye'de de bankaların ve finans kuruluşlarının 'dijital iş ortağı' olarak sektör için katma değer odaklı 360 derece telekom çözümleri sunuyoruz. Vodafone olarak geleceği heyecan verici bulduğumuzu her fırsatta söylüyoruz. Bu heyecan verici yolculukta, Türkiye'de bankacılık sektörüyle beraber yol alabilmeyi, yapacağımız iş birlikleriyle geleceğin bankacılığını birlikte şekillendirebilmeyi istiyoruz. Türkiye'nin sürdürülebilir büyüme hedefine katkımızı beraberce artırmaya, finansman ve teknolojinin gücünü bir araya getirerek hem işletmelere hem Türkiye'ye birlikte kazandırmaya hazırız." C

CEO'LARIN 2019 AJANDASI

CEOClub'ın "CEO Ajanda 2019" zirvesi, Ekonomist ve Capital dergilerinin öncülüğünde, Vodafone Türkiye'nin ana sponsorluğunda; Accenture Türkiye, Castrol Türkiye ve SAP Türkiye co-sponsorluğunda gerçekleştirildi. Etkinlikte özel sektörün 2018 performansının yanı sıra beklentileri de masaya yatırıldı. Zirvede, SAP Türkiye Genel Müdürü Uğur Candan ve Castrol Türkiye, Ukrayna, Orta Asya Direktörü Aslı Yetkin Karagül'ün konuşmalarıyla başladı. Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkanı Colman Deegan Türkçe bir sunum yaparak, salondan büyük bir alkış aldı. Colman, holdinglerin Türkiye'nin dijitalleşmesinde katalizör konumunda yer aldığı vurgusunu yaptı.

Accenture Türkiye Genel Müdürü Dilnişin Bayel yönetiminde düzenlenen CEO Panel'e, Borusan Holding CEO'su Agah Uğur, Akkök Holding İcra Kurulu Başkanı Ahmet Dördüncü, Yıldız Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ali Ülker, Eczacıbaşı Topluluğu CEO'su Atalay Gümrah, Anadolu Grubu İcra Başkanı Hurşit Zorlu ve Doğuş Grubu CEO'su Hüsnü Akhan katıldı. Zirve kapsamında ayrıca Capital Dergisi tarafından her yıl gerçekleştirilen "En Büyük Holdingler" araştırmasının sonuçlarına göre 2017 yılındaki performanslarıyla öne çıkan holdingler de ödüllendirildi.

Ciroda En Büyükler: Koç, Yıldız ve Sabancı Holding
Ciroda En Hızlılar: Tahincioğlu, Bilkent ve Tekfen
Kârda En Hızlılar: Akkök, Kazancı ve Index
İstihdamda En Hızlılar: Rönesans, Tekfen ve Yıldızlar Yatırım Holding
Kârda En Büyükler: Oyak, Koç ve Sabancı
İstihdamda En Büyükler: Koç, Rönesans ve Limak

M. RAUF ATEŞ
CAPITAL VE EKONOMİST YAYIN DİREKTÖRÜ

COLMAN DEEGAN
VODAFONE TÜRKİYE İCRA KURULU BAŞKANI

ASLI YETKİN KARAGÜL
CASTROL TÜRKİYE, UKRAYNA, ORTA ASYA DİREKTÖRÜ

UĞUR CANDAN
SAP TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ

AHMET ASHABOĞLU
KOÇ HOLDİNG CFO'SU

ALİ ÜLKER
YILDIZ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

HAKAN TİMUR
SABANCI HOLDİNG İNSAN KAYNAKLARI GRUP BAŞKANI

MURAT GİGİN
TEKFEN HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI

MELİKE ALKAN
YILDIZLAR YATIRIM HOLDİNG YÖNETİM KURULU ÜYESİ

CEYHAN BAŞTÜRK
KAZANCI HOLDİNG CFO'SU

KAAN KEMAL EKERMEN
RÖNESANS SAĞLIK YATIRIM CEO'SU

ATİLLA KAYALIOĞLU
INDEX GRUP ŞİRKETLERİ İCRA KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

ÖZCAN TAHİNCİOĞLU
TAHİNCİOĞLU HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI

HÜSNÜ AKHAN
DOĞUŞ GRUBU CEO'SU

HURŞİT ZORLU
ANADOLU GRUBU İCRA BAŞKANI

ATALAY GÜMRAH
ECZACIBAŞI TOPLULUĞU CEO'SU

ALİ ÜLKER
YILDIZ HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

AHMET DÖRDÜNCÜ
AKKÖK HOLDİNG CEO'SU

AGAH UĞUR
BORUSAN HOLDİNG CEO'SU

DİLNİŞİN BAYEL
ACCENTURE TÜRKİYE GENEL MÜDÜRÜ

ANADOLU MARKALARI KONYA'DA BULUŞTU

Capital ve Ekonomist dergileri tarafından 12 yıldır düzenlenen Anadolu Markaları Buluşuyor etkinliğinin son durağı Konya oldu. Geçen yıl yaklaşık 1,2 milyar dolarlık ihracata imza atarak Türkiye'de en çok ihracat yapan 10 şehirden biri olan Konya, yeni dönemde güçlü sanayi üretiminin yanında tarihi ve kültürel zenginlikleriyle de öne çıkmayı hedefliyor.

Capital ve Ekonomist dergilerinin 12 yıldır devam eden "Anadolu Markaları Buluşuyor" etkinliği, 14 Kasım'da Konya Nov Otel'de gerçekleştirildi. Esas Holding'in ana sponsorluğunda ve IFS'in co-sponsorluğunda yapılan Anadolu Markaları toplantısı, Konya'nın önde gelen markalarıyla KOBİ'leri bir araya getirdi. Toplantının açılış konuşmalarını, Konya Sanayi Odası Başkan Yardımcısı Mustafa Veli Tekelioğlu ve AKP Konya Milletvekili Ziya Altunyaldız yaptı. Daha sonra Şahinler Holding Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Şahin, "Konya'dan Bir Girişimci Öyküsü" adlı bölümde, Konya'dan Avrupa'ya uzanan başarı hikayesini izleyicilerle paylaştı.

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN ÖNEMİ

Pek çok farklı konu ve konuşmacıya yer verilen organizasyonda, IFS Türkiye Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ergin Öztürk, "Dijital Dönüşüm" konulu sunumunu Konyalı sanayicilerle paylaştı. IFS'in global tecrübesiyle Türkiye'deki Aile Şirketleri'nin dijital dönüşümde atabileceği çok önemli adımlar olduğunu ve bu alanı kolaylıkla avantaja çevirebileceklerini aktaran Öztürk, global rekabette en önemli unsurun kaynakları etkin kullanmak ve ölçülebilir olmaktan geçtiğini vurguladı. "Tecrübelerimiz göstermektedir ki dijital dönüşüm, her ne kadar bir teknoloji dönüşümü gibi görünse de işletmelere rekabet avantajı sağlayan bir iş stratejisidir" diye konuştu.

"VERİMLİLİK ARTIYOR"

Konuşmasında, işletme sahiplerinin ve üst düzey yöneticilerin etkin role sahip olduğu bir dönüşümün daha verimli ve başarılı olduğunun da altını çizen Öztürk, dijital dönüşümün en öncelikli altyapı adımının, kurumsal kaynak planlama (ERP) olduğunu söyledi.

M. RAUF ATEŞ
CAPITAL VE EKONOMİST YAYIN DİREKTÖRÜ

ZİYA ALTUNYALDIZ
AKP KONYA MİLLETVEKİLİ

MUSTAFA VELİ TEKELİOĞLU
KONYA SANAYİ ODASI BAŞKAN YARDIMCISI

H. ÇAĞATAY ÖZDOĞRU
ESAS HOLDİNG CEO'SU

ENGİN ÖZTÜRK
IFS YÖNETİM KURULU BAŞKAN YARDIMCISI

KEMAL ŞAHİN
ŞAHİNLER HOLDİNG YÖNETİM KURULU BAŞKANI

ÖZDOĞRU'DAN İŞ DÜNYASININ YENİ NORMLARI

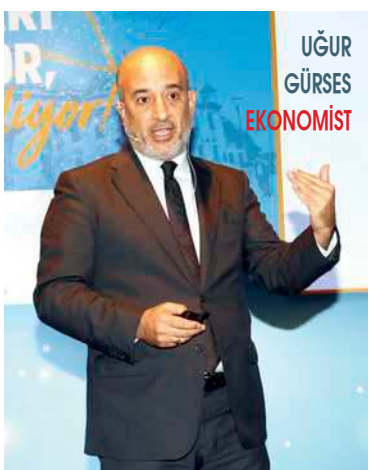
Anadolu Markaları Buluşuyor etkinliğinde "Değişen Türkiye, Değişen Dünya" konulu bir konuşma gerçekleştiren Esas Holding CEO'su H. Çağatay Özdoğru, yoğun rekabet ortamı, kârlı büyümenin zorlukları, odaklanma ve farklılaşmanın önemi gibi iş dünyasının yeni normlarından bahsetti. Hızlı karar alma ve bu kararları aksiyona dönüştürmenin önemine vurgu yapan Özdoğru, konuşmasında aynı zamanda finansman, markalaşma, liyakat, kazancın paylaşılması, dijital dönüşüm ve Endüstri 4.0 konularına da değindi. H. Çağatay Özdoğru, Peyman'ın yerli bir marka olarak Anadolu'da başlayıp yurt dışına uzanan başarı hikayesini de etkinliği dinleyen katılımcılarla paylaştı.

Öztürk, ERP'nin kurumlara katkısını şu sözlerle anlattı:

"Kurumsal kaynak planlama yazılımlarıyla işletmenin tüm operasyonel süreçlerinin entegre hale getirilmesi operasyon kayıplarını azaltır ve kaynakların verimli kullanılmasını sağlar. Kaynakların etkin kullanımı ve dijital dönüşüm, işletmenin finansal süreçlerine doğrudan yansır."

KENTİN SORUNLARI KONUŞULDU

Etkinlikte düzenlenen "Konya'ya Yön Verenler" panelinde, Zade Vital Yönetim Kurulu Başkanı Tahir Büyükhelvacıgil moderatörlüğünde kent iş dünyasının sorunları ve çözüm önerileri masaya yatırıldı. Panelin konuşmacıları ise Bürotime Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Tosunoğlu, Faydasıçok Holding Yönetm Kurulu Başkanı Naci Faydasıçok, İttifak Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ünsal Sözbir, Safa Tarım Yönetim Kurulu Üyesi Halil İbrahim Büyükegen ve İlko İlaç CEO'su Hatice Öncel oldu.



UĞUR GÜRSES
EKONOMİST

"Anadolu Markaları" etkinliğinin son bölümünde ise Ekonomist Uğur Gürses, katılımcılara Türkiye ekonomisindeki son duruma ilişkin bir sunum yaptı.

MEHMET GERZ

Ata Portföy Yönetimi
Genel Müdürü

mgerz@ataportfoy.com.tr

Faiz ve döviz düşerken borsa neden yükselemiyor?

Kasım ayında piyasaları etkileyen iki önemli küresel gelişme yaşadık. Petrol fiyatlarında sert düşüş ve ABD borsalarında gerileme, tüm dünyada risk iştahını olumsuz etkiledi. Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülke borsalarındaki gerileme, FED'in faizleri artırması ve ABD-Çin ticaret savaşına dair endişeleri de yansıtıyor.

Olumsuz küresel gelişmeler, Türkiye'de faizleri ve döviz kurunu olumlu etkiliyor. Petrol fiyatının düşmesi cari açığı azaltıyor. ABD'de olası yavaşlamadan dolayı daha az faiz artışı beklentisi ise Dolar/TL kurunu 5,3'ün altına getirdi. Faizleri düşürmek için Hazine kasım ayında planladığından daha az borçlandı. Ancak faizlerin kalıcı olarak düşebilmesi için enflasyonun serbest piyasaya müdahale ederek değil, doğal yollarla düşmesi gerekiyor.

Döviz ve faizde olumlu gidişat henüz borsaya yansımış değil. Dolar bazında son 10 yılın en düşük seviyesinde olan Borsa İstanbul'da yabancı payında artış görmekteyiz. Buna rağmen borsadaki yükseliş denemeleri cılız kalıyor. Borsa endeksinin 95 binini geçmekte zorlanmasının hem konjonktürle ilgili hem yapısal önemli bazı nedenleri var:

1) Ekonomide 6-12 ay sürecek bir daralma beklenmesi
2) Banka bilançolarına dair batık kredi endişelerinin devam etmesi
3) BES fonlarından çıkışların artması.

Türkiye ekonomisinin sürdürülebilir bir büyüme modeline kavuşması için derin bir sermaye piyasaları reformuna ihtiyacı var. Bu yönde atılacak adımların kapsayıcı ve evrensel olması için finans sektörü, devlet kurumları ve üniversiteler arasında uzun vadeli bir iş birliği başlatılmalı. Yatırımcının çıkarını temsil edecek sivil toplum kuruluşları kamu tarafından desteklenmeli ve bağımsız yatırım danışmanlığı müessesesi kurulmalı.

"Büyük bilim adamı olmanın sırrı zekâdan ziyade karakterdir." **Albert Einstein**

Örnek bir bilim insanı: Prof. Dr. Metin Sitti

Koç Üniversitesi tarafından üç yıldır verilen Rahmi Koç Bilim Madalyasını Prof. Dr. Metin Sitti aldı. "Mikro ve nano biyomedikal robotik teknolojilerle sağlık alanında yarattığı fayda nedeniyle" Metin Sitti bu ödüle layık görüldü. Bu ödülü geçen yıl MIT'den ekonomi profesörü Daron Acemoğlu almıştı.

Pittsburg'taki Carnegie Mellon Üniversitesi'nde profesör ve Stuttgart'taki Max Planck Enstitüsü'nde direktör olan Metin Sitti, Kırşehir doğumlu olup Boğaziçi Üniversitesi Elektrik ve Elektronik Mühendisliği'nden sınıf arkadaşım.

Metin'in gençlerimize örnek olacak birkaç özelliğinden bahsedeceğim: Rekabetin yüksek olduğu Boğaziçi Elektronik bölümünde Metin, not rekabetine giren bir öğrenci değildi. Kendi ilgi alanının peşinden gidip akıllı robotlar konusunda Tokyo Üniversitesi'nde doktora yaptı, ABD ve Avrupa'da uzun yıllar tutkuyla çalıştı. Üzerinde çalıştığı minik robotların hareket ettikleri yüzeye tutunma modeli, kertenkele ayaklarıdır.

Metin ödül konuşmasında bilimin sadece mantık ve beyinle değil, aynı zamanda yürekle yapıldığını söyledi. Bu güçlü ve samimi mesajı Albert Einstein da teyit etmiştir. Pozitif ve paylaşımcı bir kişiliğe sahip olan Metin, doğadan öğrenerek disiplinler arası köprüler kurabilen bir hayal gücüne sahiptir.

Koç Ailesi ülkemizde eğitim ve bilimi desteklemek konusunda her dönem öncü olmuştur. Bu çabayı tabana yaymak için küçük yatırımcılar da risk sermayesi ve teknoloji fonları aracılığıyla hem bilim ve teknolojiye destek olup hem potansiyel Türk Tesla'larına ortak olabilirler.

capital.com.tr

December 2018
Year 26

Capital

ADMIRED COMPANIES RISING VALUES!

RESEARCH

REALITIES OF THE DIFFICULT PERIOD!

ERHAN BOSTAN / A101

"WE DOUBLE UP IN 5 YEARS"

ADMIRED COMPANIES RISING VALUES!

Capital has been determining the most admired companies in Turkey for exactly 18 years. The research, which recognizes the dignity and reliability, also includes critical tips on which companies will be the favorite ones in the future, while demonstrating today's most successful performances. Koç Holding held its top position in the list of "The Most Admired Companies of Business World" in the research conducted by ZENNA Research and Consultation under sponsorship of T-Systems in this year, as well. While Arçelik maintained its runner-up position, Eczacıbaşı Holding which made a significant breakthrough ranked third. This year, rank of exactly 17 companies changed in the list, while 9 companies which were not in the list last year have entered the list of the most admired companies.

Capital brings out the best in many areas in business world, which primarily include reputation, reliability and performance, with its survey of "The Most Admired Companies of Business" that it has been performing for 18 years. Nevertheless, it mirrors not only the success but also changing values and the way of transacting business.

The top of the list has not changed

in the survey of this year and Koç Holding maintained the title of "Most Admired Company of Business World" as in the last four years. Arçelik maintained its runner-up position for the third time. On the other hand, Eczacıbaşı Holding made a significant breakthrough, rising up four steps and ranked number three. In 2018, rank of exactly 17 companies changed in the list, thus one of the most active years of list has been experienced.

Out of the most admired companies, those who have made the biggest breakout are Turkcell, P&G, Türkiye İş Bankası, and Ford Otosan. The number of companies who was listed last year, but hit the skids this year is quite high. For example, Garanti Bank and Coca Cola went down 5 grades while Vodafone went down 3 grades and Unilever and Borusan Holding went down 2 grades. One of the most remarkable developments of this year is the increase in the number of new entries. While there were only 3 new entries in the survey which we published in 2017, 9 new entries were seen this time.

HOW SURVEY WAS CONDUCTED

The survey "The Most Admired Companies of Business World" was conducted by performing online questionnaire technique between the dates of September and November 2018. Online questionnaires were sent to more than 10 thousand company managers and received opinions of 1480 managers from over 600 companies. Moreover, this year the method of CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing) was used for the 15 percent of total number of interviews for the first time. While the most admired company of Turkey was being estimated through opinions of all representatives of business world that are interviewed , the most admired company of sectors was estimated through opinions of representatives of related sector only. People who took part in the survey were asked to exclude "their own companies" in their answers while indicating the most admired company of both Turkey and their sectors, and answers of ones who indicated their own companies were not included in the analysis. Other than determining the most admired companies for both Turkey and their own sectors, the survey has also measured the performance criteria that ensure being the most admired company, and demonstrated the distinctive performance areas of ideal companies.

AN IMPORTANT CHANGE

As for the outstanding results of this year… Nuran Aksu, the founder of ZENNA Research and Consultation, expresses that 17 of the most admired 20 companies are Turkish company or Turkish company with foreign partner. Once again, she states that the successes of Betek, Aselsan, and Şişecam are very important.

Performance criteria also include important messages about the change in the liking sense of Turkish business world this year. The fact that degree of significance has risen in all 22 performance criteria shows that now companies should embrace multidimensional management and performance strategies rather than unidimensional.

20 most admired companies of business world (2018)

1	Koç Holding
2	Arçelik
3	Eczacıbaşı Holding
4	Turkcell
5	Türk Hava Yolları
6	Unilever
7	Türkiye İş Bankası
8	Sabancı Hold./Garanti Bankası
9	BSH
10	P&G
11	Coca-Cola
12	Borusan Holding
13	Yemeksepeti
14	Vodafone
15	Tüpraş
16	Boyner
17	Ford Otosan
18	Doğuş Holding/Opet/Aselsan
19	LC Waikiki
20	Betek/Migros/Şişecam

THE FORMULA OF PERSISTENCY

Persistency of companies on the list is in direct proportion to the successes they show in performance criteria. Koç Holding, which hit the top in 13 of the 22 performance criteria on the list of the most admired companies last year, ranked first in 16 criteria this year, increasing the number of criteria it achieved success.

The fact that the companies, which have been found to be the most successful in 6 out of 22 criteria, have been always at the top for many years is an important indicator of this. The fact that LC Waikiki, Tüpraş and Boyner, which were not included in the first 20 last year but attracted attention with their performance they showed in criteria of liking, has entered to the top 20 this year demonstrates the liking power in criteria. C

"WE DOUBLE UP IN 5 YEARS"

Discount market chain A101 was founded in April 2018 by Zapsu Family. However, the first attempt became unsuccessful. It was acquired by Aydın Family at the end of 2009. Starting with 375 stores and a turnover of 285 million TRY, the group has reached 8 thousand stores and achieved a turnover of 20 billion TRY, which makes it the runner-up of its sector. Relating their growth strategy with two types of product, continuous improvement and pricing, Erhan Bostan, the CEO of A101, says that they want to see a leading A101 in the forthcoming 5 years. We talked to Bostan about the situation of the discount store industry and the future plans of A101:

● A101 was in a different group before. What was its situation and size when it was acquired?

■ A101 was founded in 2008 by Zapsu Family; they had to sell after one and a half year at the end of 2009. I was appointed as CEO in May 2010. They had 375 stores in November 2009; their turnover was also around 285 million TL. It was in a bad shape. Their economic loss was huge. We have currently reached to 8 thousand stores; we will close the year over 8100 stores. Our turnover will also be over 20 billion Turkish liras.

● What is the situation of the sector in Turkey? What can you say about the market shares?

■ The sector is in a very good position. There are two themed actors in high discount sector: BİM and us Since they are publicly held, we can follow their figures. They have maintained a stable profitability for long years and caught a steady growth. When we look at the countries above us in the G20, the share of organized retail in the total food market is 70-80 percent. In Turkey, however, it is still around 50 percent. That is, there is a very high potential. Even BİM's market share, which is the biggest actor, is just over 10 percent. The sum of both of us is only 25 percent. In all developed countries, it is not possible for the first two players to receive a share less than 30 or 40 percent. So, both of the first two actors will continue their meaningful growth in forthcoming years. Small actor will lose market shares in period in which reaching the capital will get hard and financial difficulties will get experienced. Big actors will gain markets. I am of the opinion that Turkey will return to the organized retail at the rate of minimum 70 percent in forthcoming 5 years. Here, I think that our share with BİM will be at least 30 percent of this 70 percent.

● What was your target while setting out?

■ This business is economics of scale by definition, we need to scale up. By definition, again, it is a business which

TRAVEL ROUTE OF A101

1 When the Aydın Family acquired, there were 375 stores, a turnover of 285 million TRY, and huge money loss.

2 First we looked at the world. BİM was taking Aldi as a role model. We took Lidl as a role model.

3 We put two types of product as Lidl made. One of them is our own brand; another one is one of the brands of the market.

4 We will close the year 2018 with 8 thousand 100 stores and a turnover over 20 billion TRY.

5 In 2019, we aim to reach 8 thousand 500 stores and a turnover of 26 billion TRY.

6 The share of organized retail is about 50 percent. I think that it will increase to 70 percent in five years.

7 We aim to complete coverage zone in Turkey and reach to 10 to 11 thousand stores in number.

8 A101 doubles its position, compared to its present status in the next 5 years.

should be continued with low profitability. You'll return with net profits far less than 5 percent in high discount marketing. If you attempt to profit more, competition will approach you, you mean nothing. The family has taken this high financial risk. That is to say, they have the first thought that this business would drum up, as well. We have investigated on site. The best examples are Aldi and Lidl in Germany. We said "Aldi in Turkey is BİM." Well, who could be afloat against such a successful and deep-seated company? We observed in Germany. We analyzed how Lidl had positioned itself against Aldi. And we said: "We would be Lidl in Turkey." While BİM was continuing with its own private label brands, we put two types of products side by side. One of them is our own brand, another one has become one of the leader brands of the market. In my opinion, we did right. Our single target in pricing is, on the other hand, being cheap; everything is shaped around it.

● What do you think was the turning point in success story of A101?

■ I don't believe in such things. There is no revolution, but evolution in our world. There is continuous improvement. Every day we got a little closer to the goal. We are 10 years old; we lost money in the first seven years. It's not easy, this is a scaled business. We are selling 1.500 trucks goods per day. All what I mentioned so far brought us up to this point step by step.

● Well, how will you close 2018? Will targets be achieved?

■ 2018 is passing very successfully; we are significantly above our targets. We finished the year 2017 with a turnover of 14,1 billion TRY and over 7,100 stores. Our target was to make a turnover of almost 18 billion TRY, which we have already gone beyond 20 billion TRY. In short, we foresee that we will close the year 2018 with a turnover of 20,2 billion TRY and about 8,100 stores. We aim to reach to at least 8 thousand 500 stores and increase our turnover to 26 billion TRY with an increase 25 or 30 percent in 2019.

● What future do you aim for the A101 in the next 5 years?

■ We want to see A101 in a leader position. We are planning to complete coverage zone in Turkey, which is 10 to 11 thousand stores. In real terms, A101 doubles its position compared to its current status in the next 5 years. Moreover, we are planning to improve physical conditions of our stores.

● Are you targeting foreign markets?

■ Yes we are, but it is not urgent now. This is because this is a business that you need to subsidize the loss between 5 and 7 years in this to a certain extent wherever you do it in the world. Whenever shareholders come the point of giving such a support, we want to experience this in surrounding countries. C

REALITIES OF THE DIFFICULT PERIOD!

We are going through a difficult period. Troublous news is coming from sectors and markets. Received signals are showing that diseases of inflationary period have been relapsed again. The cash has become the king in new period again. As in the past, it has been started to make money on money. Debts are being delayed, the margin between sale for cash and sale for credit are increasing. Orientation to the resource has increased in investments. Bosses who took a back seat to institutionalize have started to come into power to build up trust.

"Dear Borusan employees,

I have wanted to share news with you, which makes me sad. I am writing this note to you to announce the retirement of Dear Agah Uğur with whom I have been working together for 30 years. Agah will hand over all of his duties to me at the end of this year and will assist me in matters, of which I would be in need, in the capacity of advisor during the course of 2019. My desire of working together with my children directly and their desire of working together with me have played the most important role in taking this important decision. I am targeting a work environment in which my children, the children of my siblings and all other family members are more active within the group."

These words are from Borusan Holding's Chairman of the Executive Board Ali Ahmet Kocabıyık's letter which he has wrote up to send to his employees in this year in November...

In fact, Kocabıyık is not alone in this approach in business world. Recently, many bosses get involved in their businesses more to surmount compelling economic conditions which we are in. Even, so to speak, they take the rudder again like Kocabıyık.

The president of Doğanlar Investment

Holding Davut Doğan reassumed the duty of CEO, which he had assigned to a professional within the scope of the efforts towards institutionalization. Saying that they need to make decisions rapidly in such periods, Doğan tells that this condition has reflected positively to their business partners and employees.

THE PRIORITIES HAVE CHANGED

In fact, not only the way that bosses transact business but also the outlooks and priorities of businesses have changed in present atmosphere. In the list of priorities, the market share comes first for some, while it is the profit that comes first for some and collection for others…

Expressing that the market share used to be more important for them previously, Nuri Faydasıçok, the Chairman of Executive Board of Faydasıçok Holding, says that now the profit is more important. "The profit is important; but the collection and the cash is more important," says Özgür İncekara, the Chairman of Executive Board of İncekara Holding, adding: "The one and only way of the paying debts is profit." Nilgün Keleş, the CEO of Sertrans Logictics tells that they advances their business according to the couple of the profit and productivity.

THE CASH IS AGAIN THE KING

The "difficult" perspective of the business world is changing with priorities. Niyazi Önen, Dardanel's Chairman of the Executive Board, says that the biggest challenge is to reach financing. Sami Kariyo, the Chairman of Executive Board of Penti, states that, considering the point to which the interest rates and inflation figures have reached as well as a scissors and manufacturing costs of 25 percent between PPI and CPI, they have difficulty in reflecting these increasing costs to the prices as manufacturers.

Özgür İncekara also utters that costs will increase in the forthcoming period. And he says that "expenses will be reduced, the volume of trade will contract, and "the cash is the king" approach will begin.

MAKING MONEY ON MONEY

After the crisis of 2001, while the economy of Turkey was booming, operating margin was coming into prominence with the decrease in inflation. However, since interest rates have increased again recently, the period of "making money on money" started again. One of academicians of Yeditepe University Prof. Dr. Hakan Üzeltürk says:

"In this context, making money on money will seem more attractive. While there are high interests, taking the risk of competition seems difficult." Bülent Kılıçer, Vice-General Manager of Honda Turkey Sales, Marketing and Planning, says that high inflation and interest rates keep institutions away from making investment, and making money on money takes precedence over making money on production. Kılıçer continues: "As in each sector, this distorted attitude is unfortunately given priority in our sector, as well. In time, the loans that cannot be taken from the banks and cause the sales to fall are replaced by the resources that the sellers can provide in proportion to their power."

RETURNING TO RESOURCES

When reaching the financing became harder, the resource gained importance in investments. "As Penti, we are making our investments with the resource. Increase in costs is in a position of driving force in protection of this approach," says Sami Kariyo. Naci Faydasıçok says that they are slowing down new investments while waiting for the market to calm down. "and adds: "Apart from this, we make investments that increase the quality and efficiency that should be done regularly with our own resources," Expressing that they do not prefer to borrow, Niyazi Önen says: "We make our investments with the cash created by ourselves, and also by leasing, while making some machine purchases." C

FORMULA OF SURMOUNTING THE CONTRACTION

OPPORTUNITY HUNTING

All difficulties experienced in domestic markets are directing companies to abroad. Regardless of the sector, many companies are striving to surmount the contraction of the market and exchange risk by increasing their overseas activities. Emil Güzeliş is in search of opportunity in Middle East in this period. ""We are evaluating new opportunities in the region. We also continue our research for different locations in Europe," says Güzeliş.

ORIENTATION TO EXPORT

Sabri Ünlütürk also points out that they have achieved a significant increase in exports this year. "We will close 2018 with a significant increase of $ 225 million, and we are targeting $ 260 million in 2019" says Ünlütürk. Hasan Önder expresses that this year their sales decreased by 25-30 percent. "New projects are not produced in large construction companies. For this reason, we have focused more on export," tells Önder.

INVITATION TO JOIN THE EXPAT SUITE

Capital is establishing a network to bring together foreign executives who live and work in Turkey. The Expat Suit will conduct surveys, publish studies and organize special events and activities in order to build a community of distinguished expatriates and their families. If you would like to join this network, please send an email to sseckin@capital.com.tr

Members of expat suite

Names arranged alphabetically

	Managers	Companies
1	Achim Baumgartner	HP
2	Adriano Treve	Roche
3	Alan C. Mellaart	Mellaart International
4	Andrew Wehrley	Cartesian Capital Group
5	Annette von Koskull	Telia Sonera
6	Antoine Boufarah	Odeabank
7	Antonios Grammatikopoulos	Finansbank
8	Armin Zerunyan	Hilton Worldwide
9	Bohdan Robert Stepkowski	ING Bank
10	Boris Minialai	Metro Cash & Carry TR
11	Boualaoui Boumedienne	Decathlon
12	Carla Cabrera Gonzales	Catenon Türkiye
13	Charlotte Ann Lamprecht	Casper
14	Christophe Jung	Alstom Grid
15	Colman Deegan	Vodafone Türkiye
16	Corrado Bianchi	Perfetti Van Melle
17	D. Angela Teresi	Grow Int. Training & Consulting
18	Davide Ribone	Gi Group
19	Davit Cazorla	Türk Henkel
20	Denis Kvasov	MMK Metalurji
21	Dr. Joachim Behrendt	Bic Angel Investments
22	Enrico Corsini	Korsini-Saf Ambalaj
23	Eric de Ladoucette	Edenred Kurumsal Çözümler
24	Eugene Willemsen	PepsiCo
25	Eyad Trabulisi	Burj Parking Mangagement Solutions
26	Fariha Salahuddin	GSK
27	Felix Hafele	Spencer Stuart
28	Frank Hammerle	Metro Cash & Carry TR
29	Frank Quante	EWE Türkiye
30	Fulvio Villa	Gefco Türkiye
31	Gavin Hudson	Anadolu Efes
32	Georgi Dimitrov Georgiev	TEB
33	Giacomo Santucci	Accenture Türkiye
34	Giulio Cocci	Indesit company
35	Gordana Hulina	ING Bank
36	Grégory Vaas	Cheque Dejeuner
37	Hideto Yamasaki	Honda
38	Houmer Balazadeh	Yudum Gıda/ Savola
39	Hugo Campo	Page Group Türkiye
40	Humphry Hatton	Deloitte Türkiye
41	Jacques Morand	Grand Hyatt İstanbul
42	Jean Francois Lloret	Real
43	John Penn	Development Media Int.
44	John T. Mc Carthy	ING Bank
45	Jonathan Wheatcroft	Pwc
46	Karsten Pillukeit	Kaleideskop Danışmanlık
47	Ken Bradley	Prolink Mümessillik
48	Kevin Bradbury	Stanton Chase
49	Kostas Vlachos	Haribo
50	Kristina M. Rogers	Ernst&Young
51	Laetitia Outters	Generali Sigorta
52	Linda A. Campbell	*
53	Livio Manzini	Bell Holding
54	Louise Westerlind	Fongogo
55	Maarten Hummel	ING Bank
56	Manuel Galatas Sanchez-Harguindey	Garanti Bankası
57	Marco Votta	Türk Traktör
58	Marcus Tengler	Media Markt Media-Saturn
59	Marius Popescu	ING Emeklilik
60	Mark Harvey	Harvey English
61	Martin Leenhouts	MSP Capital Management
62	Martin Thomsen	BP Türkiye
63	Martin Wetjen	Metro Properties
64	Massimo Eufemia	European Investment Bank
65	Mattia Pizzolato	Generali Sigorta
66	Melissa Quackenbush	Hill +Knowlton Strategies
67	Michael Collini	Hilton Worldwide
68	Michael Weiss	AT Kearney
69	Mike Harrell	Ups
70	Milan Shah	Alapala
71	Mohan Sundaresan	Nestlé
72	Muhammed Hariri	Avea
73	Naim Hakim	Odeabank
74	NakKyun Chong	n11.com
75	Neil Edwards	Nestlé
76	Niccolo Ubertalli	Yapı Kredi
77	Nihal Mashaki	Şişecam
78	Nolwenn Allano	Gras Savoye Willis
79	Norbert Klein	BSH
80	Olivier Langlet	Real Hypermarkets
81	Olivier Moyse	GL Events
82	Omiros Papazyan	Grow Int. Training & Consulting
83	Ousama F. Najjar	Nesma Telecom
84	Owen Kingston	Accenture Türkiye
85	Pascal Lefebvre	Leroy Merlin
86	Patrick Savre	Generali Sigorta
87	Patrick Stern	Nestlé
88	Patrick Van Dooyeweert	Qubicon
89	Peter D'Autry	Pedersen & Partners
90	Peter J. Heidinger	Foreign Market Colsunting
91	Peter Reischl	Marriott Hotel Asia
92	Petros Katsampouris	Akzo Nobel
93	Philippe Chabert	TEB Arval
94	Pierrick Le Gallo	Dupont
95	Piet A.A. Dury	Astellas
96	Radu Dobrescu	British American Tobacco
97	Rajesh Batra	Nestlé
98	Ralph Radtke	Çırağan Palace Kempinski
99	Raymond de la Court	Metro Cash& Carry
100	Reinhold Jakobi	Nestlé
101	Remco van Kuijk	Know It Consulting
102	Richard de Barbanson	Sony Eurasia
103	Richard Ridewood	Coats
104	Rob Kucera	Radisson Blu Bosphorus
105	Robert Pollock	FSK SupplyPartner
106	Rohit Gupta	Citibank
107	Sabine Çalışkan	Hill Türkiye
108	Sascha Bibert	EnerjiSA
109	Sergey Kolesnichenko	MMK Turkey
110	Shahid Afzal	British American Tobacco
111	Simon Hardie	Eurasia Insights
112	Stein Dale	EnerjiSA
113	Stephen B. Symes	Inspark
114	Steven Seggie	Özyeğin Üniversitesi
115	Steven Young	Bosch Sanayi
116	Terry Brown	Acer Euro
117	Thomas Kolbinger	Siemens
118	Thomas Rudelt	Metro Cash & Carry TR
119	Tim Bright	Oneworld Consulting
120	Tonu Grunberg	Telia Sonera
121	Torben Eckardt	Volvo
122	Trevor Nadeau	Yellow Pages Türkiye
123	Vittorio Zagaia	Galata Taşımacalık
124	Volkan Mueller	Jones Lang LaSalle Turkey
125	Wieger Wagenaar	Eureko Sigorta
126	Wil Olsthoorn	ING Emeklilik
127	Willem Rozenberg	Philips Health Care
128	William Lamb	x
129	William Teramo	Perfetti Van Melle
130	Xavier Guilmineau	TEB Grup Risk
131	Yu-Shik Kim	n11.com
132	Yvan De Cock	TEB

Multinet Up

"Keşke yemek kartımla harcadıkça kazanabilsem!"

Multinet kartınızla harcadıkça MultiPay uygulaması üzerinden TATLIPARA kazanırsınız.
Üstelik 1 TATLIPARA 1 TL değerinde!
Multinet Up ile her şey mümkün!

444 87 36 | multinet.com.tr

MultiPay

Google play DEN EDİNİN | App Store'dan İndirin

Türk Telekom Prime tarifeleriyle tanışın hayatı kat kat yaşayın

10 GB
2000 DK
Sınırsız SMS

55 TL/AY

İlk **3 ay**
ek **30 GB** hediye

Faturalıya yeni gelene, 12 ay söze
Kampanya kapsamında, taahhütlü fiyatlardan yararlanmak isteyen bireysel abonelerin, SOZ yazıp 5555'e SMS göndermesi gerekir. Faydalar yurt içinde geçerlidir, sonraki döneme devretmez. Aşımlar ücretlendirilir. İlk 3 ay hediye 30 GB internet kampanyasına katılmak için, tarifeye gelen bireysel abonelerimizin, tarifeye geldikten sonraki 90 gün içerisinde PRIME SINIRSIZ yazıp 5555'e SMS göndermesi, SIM kart ve cihazlarının 4.5G uyumlu olması gerekmektedir. Hediye 30 GB internet ve tarife kapsamında sunulan cepte internet kullanım hakkı bittiğinde, toplamda 48 TL olmak üzere, aşım ücreti her 500 MB için 12 TL'den ücretlendirilecek, sonrasında internet kullanımı, hız düşümlü olarak kesintisiz 256 kbps hızla devam edecek ve ek ücretlendirme yapılmayacaktır. İptal halinde cayma bedeli alınır. Taahhüt bitiminde, güncel fiyatlar uygulanır. Detaylar için: turktelekomprime.com

Türk Telekom
prime
KAT KAT HAYAT

İŞ'TE DİJİTAL

Aralık 2018

MAXİ İLE DİYALOG BANKACILIĞI DEVRİ BAŞLADI

Atlas Veri Merkezi: Geleceğe hazırlık

ROBOT PEPPER İş Bankası'nda

YAPAY ZEKANIN iki farklı yüzü

Softtech

TEKNOLOJİYE YAKIN TAKİP

SİZ CAPITAL'İ SADECE BAYİDEN Mİ ALIYORSUNUZ?

Capital

TÜRKİYE'NİN EN YENİLİKÇİ İŞ VE EKONOMİ DERGİSİ.

Capital'i tablet ve telefonlarınızdan ve capital.com.tr'den de takip edin, Capital alışkanlığınıza dijital bir deneyim ekleyin.

www.capital.com.tr | Google Play 'DEN ALIN | App Store'dan İndirin

Mobil Uygulma: Capital Dergisi

DB DOĞAN BURDA DERGİ

EDİTÖR

İYİ Kİ DUYGULARIMIZ VAR!

Gerçek şu ki yapay zeka, makinelerle, teknolojiyle ilişkimizi yeniden tanımlıyor. Yapay zeka, yavaş yavaş gündelik hayatımıza da sirayet etmeye başladı. Öyle ki bugün tartışmaların odağında insanların robotlara hangi işlerini kaptıracağı konusu geliyor. Hatta dünyaca ünlü fizikçi Stephen Hawking, yapay zekanın insanlığın sonunu getirebileceğini bile söyledi.

Yapay zekanın pek çok konuda insandan zeki olacağı kesin. Ancak insanın sahip olduğu duygusal zekayı atlamamak gerekiyor.

Her şeye rağmen karar alma yeteneğimiz, duygularımız ve davranışlarımız, yapay zeka karşısındaki en büyük silahımız olacak.

Dünya dijital ve teknolojik değişimden geçerken bankacılık sektörünün de bunun dışında kalması elbette düşünülemez. Zaten bu dönüşüme en hızlı entegre olan sektörlerin başında yer alıyor.

Bir görüşe göre bundan sonraki aşamada bankacılık sektöründe asıl rekabet yapay zeka üzerinden gerçekleşecek. Bir taraftan chatbot'lar, kişisel finans yönetimi çözümleri, robo-danışmanlar diğer tarafta ise kurumsal süreçlerde verimliliği artıracak uygulamalarla yapay zeka sektörde kullanılıyor.

Sektörün önemli oyuncularından İş Bankası da yapay zekayı iş süreçlerine entegre ediyor. Örneğin yapay zeka teknolojisiyle geliştirilen humanoid robot Pepper, İş Bankası şubelerine gelen müşterileri karşılayarak yapmak istedikleri işlemleri en hızlı ve kolay şekilde tamamlayabilmeleri için onları yönlendirecek, ihtiyaçlarına cevap verecek ilgili ürün ve hizmetleri videolar üzerinden anlatacak.

Elinizde tuttuğunuz bu eki, İş Bankası desteğiyle hazırladık. Bankacılık sektöründeki gelişmeleri, İş Bankası özelinde sizlere aktarmaya çalıştık.

Keyifli okumalar

İÇİNDEKİLER

4 ROBOT PEPPER İŞ BANKASI'NDA

6 MAXİ İLE DİYALOG BANKACILIĞI DEVRİ BAŞLADI

8 TEKNOLOJİYE "YAKIN TAKİP"

11 GİRİŞİMCİNİN YANINDA

12 YAPAY ZEKANIN İKİ FARKLI YÜZÜ

14 ÇEVİK ATÖLYE

16 DİJİTAL GÜNDEM

18 GELECEĞE HAZIRLIK

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü (Sorumlu) M. Rauf Ateş
Yayın Yönetmeni Sedef Seçkin Büyük
Yazı İşleri Müdürü Ebru Fırat
Haber Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı Nilüfer Gözütok Ünal
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Elçin Cirik, Yasemin Erdoğan, Aslı Sözbilir, Özlem Aydın Ayvacı
Haber Merkezi Hande Yavuz, Ayçe Aksakal, Nil Dumansızoğlu
Sayfa Yapımcısı Murat Engin Bilgin
Grafik Yaman Tetik
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Marka Müdürü Gökçe Aykaç Mutlu
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen Tel: 0 312 207 00 71

capital@capital.com.tr www.doganburda.com

Yönetim
Tüzel Kişi Temsilcisi Mehmet Rauf Ateş
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim ve Planlama Direktörü Yakup Kurtulmuş

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Grup Başkan Yardımcısı Seda Erdoğan Dal
Satış Koordinatörü Neyran Çınar
Satış Müdürü Burcu Acavut, Beril Güroğlu, Maya Yılmaz
Bölgeler Satış Müdürü Dilek Ünlü **Tel:** 0 212 336 53 72 **Faks:** 0 212 336 53 91
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka **Tel:** 0 212 336 53 61 - 62

Rezervasyon
Tel: 0 212 336 53 00-57-59 **Faks:** 0 212 336 53 92-93
Ankara Reklam Satış Müdürü Beliz Balıbey **Tel:** 0 312 207 00 72 -73
Hedef Sayfalar **Tel:** 0 212 336 53 70 **Faks:** 0 212 336 53 91

Uluslararası Reklam Satış Temsilcilerimiz
ALMANYA: Michael Neuwirth
T +49 89 9250 3629 / michael.neuwirth@burda.com
AVUSTURYA/İSVİÇRE: Christina Bresler
T. +43 1 230 60 3050 / Christina.Bresler@burda.com
FRANSA/LUKSEMBURG/BELÇİKA /HOLLANDA: Marion Badolle-Feick
T. +33 1 72 71 2524 / marion.badolle-feick@burda.com
İNGİLTERE/İRLANDA: Jeannine Soeldner
T. +44 20 3440 5832 / jeannine.soeldner@burda.com
ABD/KANADA/MEKSİKA: Salvatore Zammuto
T. +1 212 884 4824 / salvatore.zammuto@burda.com
YUNANİSTAN/PORTEKİZ /İSPANYA/HİNDİSTAN /ASYA: Jessica Loose
T. +49 89 92 50 2468 / jessica.loose@burda.com
İSKANDİNAV ÜLKELERİ: Ulrik Brostrom
T. +45 23 28 9769 / ubr@jbmedia.dk

Yönetim Yeri
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 Trump Towers Kule 2
Kat:21-22-23 (34387) Şişli İsanbul
Tel: 0 212 410 32 00 **Faks:** 0 212 410 35 81

Baskı Uniprint Basım San. ve Tic. A.Ş. Ömerli Mah. Hadımköy-İstanbul Cad. No: 159 (34555) / İstanbul Tel: 0212 798 28 40 pbx Faks: 0212 798 20 63
www.apa.com.tr
Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.
Yayın Türü Yerel, süreli, aylık FIPP üyesidir.

Copyright © 2008 by G+J International Magazines GmbH, Hamburg
This magazine is published under license from G+J International Magazines GmbH. All rights to the licensed title/trademark and concept are owned by G+J International Magazines GmbH. Reproduction whether in whole or in part without permission of G+J International Magazines GmbH is prohibited. The title CAPITAL and the logo thereof are registered trademarks of or in trust of G+J International Magazines GmbH.

Copyright © 2008 G+J International Magazines GmbH, Hamburg
Bu dergi G+J International Magazines GmbH tarafından yayımlanmaktadır. Her türlü isim, marka ve konsept hakları G+J International Magazines GmbH'ye aittir. Herhangi bir metin ya da bölüm G+J International Magazines GmbH'nın izni olmaksızın alınmaz. Capital Dergisi'nin isim ve logosuna ait tüm ticari marka hakları G+J International Magazines GmbH'a aittir.

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13 abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Google play Available on the App Store

ROBOT PEPPER İŞ BANKASI'NDA

İş Bankası'nın humanoid robotu Pepper, İstanbul Merkez Şube'de iş başı yaptı. Kasım ayında lanse edilen robot, İş Bankası şubesine gelen müşterileri karşılayarak yapmak istedikleri işlemleri en hızlı ve kolay şekilde tamamlayabilmeleri için onları yönlendiriyor, ihtiyaçlarına cevap verecek ilgili İş Bankası ürün ve hizmetlerini videolar üzerinden anlatıyor.

Günlerden pazartesi… Türkiye İş Bankası'nın İstanbul Merkez Şubesi'nde sevimli bir robot dikkat çekiyor. Pepper ismindeki bu sevimli robot müşterileri karşılayarak, onlara sıra numarası veriyor, müşterilerle sohbet ediyor. İş Bankası, Robot Pepper'ı 15 Kasım'da Webrazzi Developer etkinliğinde lanse etti. İlk olarak 19 Kasım'da İş Bankası İstanbul Merkez Şubesi'nde konumlandırılan yapay zeka teknolojisiyle geliştirilen humanoid robot Pepper, şubeye gelen müşterileri karşılayarak yapmak istedikleri işlemleri en hızlı ve kolay şekilde tamamlayabilmeleri için onları yönlendiriyor, ihtiyaçlarına cevap verecek ilgili İş Bankası ürün ve hizmetlerini videolar üzerinden anlatıyor.

İş Bankası Genel Müdür Yardımcısı Hakan Aran, Pepper'la ilk olarak 2 yıl önce İş Bankası'nın San Francisco'daki inovasyon merkezinde tanıştıklarını söylüyor. Pepper'ın fiziksel donanımı, uzun süreli bir Ar-Ge çalışması sonunda Softbank ve Aldebaran Robotics tarafından geliştirildiğini anlatan Aran, "Müşterilerimize teknolojinin sıcak ve yakın yüzünü göstereceğimiz Pepper, ilk etapta sadece İngilizce konuşabiliyordu. Pepper'ın Türkçe konuşmasını sağlamak gerekiyordu. Öncelikle konuşmanın algılanması ve gürültünün ayıklanması için sinyal işleme algoritmaları Softtech tarafından geliştirildi ve hayata geçirildi. Konuşmanın anlamlandırılması ve cevabın üretilmesi için yine Softtech tarafından geliştirilen chatbot kullanıldı" diye anlatıyor.

PROGRAMLANABİLİYOR

Pepper'ın güvenli bir şekilde bankacılık uygulamalarında kullanılmasını sağlamak için geliştirilen bir ara katman da bulunuyor. Bu katman Pepper'ın güvenlik, izleme, ihtiyaç duyduğu bilgileri güvenli bir şekilde sağlama gibi işlevleri gerçekleştiriyor. "Pepper'ın üzerindeki tablet Pepper'a bağlı ama ayrıca programlanabiliyor" diyen Hakan Aran, şunları anlatıyor: "Tablet üzerindeki uygulama da mobil uygulama olarak yine Softtech tarafından geliştirildi. Tüm bu çalışmaları, 7 kişilik uzman bir teknik ekiple 7 aylık bir sürede gerçekleştirdik. Ayrıca İş Bankası şubelerinde konumlandırılması, insanlarla etkileşimin tasarlanması gibi süreçlerde de Userspots ile birlikte çalıştık."

Aran, Pepper'a karar verirken insan-robot ilişkilerine dair çalışmaları ve araştırmaları detaylı bir şekilde incelediklerini söylüyor. Yapılan araştırma ve deneylerin gerçek insan boyutuna ve formuna yakın olan robotların insanlar tarafından itici ve korkutucu bulunduğunu ortaya koyduğunu söyleyen Aran, Pepper'ın boyunun 1.20 m, kilosunun 28 kg ve çocuksu bir masumiyete sahip olmasının, onu sempatik kıldığına dikkat çekiyor.

UZUN BİR YOLCULUK

İnsan-robot ilişkilerindeki bir diğer önem verdikleri konunun robotların jest ve mimikleri kullanıp kullanamaması olduğunu aktaran Aran, sözlerine şöyle devam ediyor:

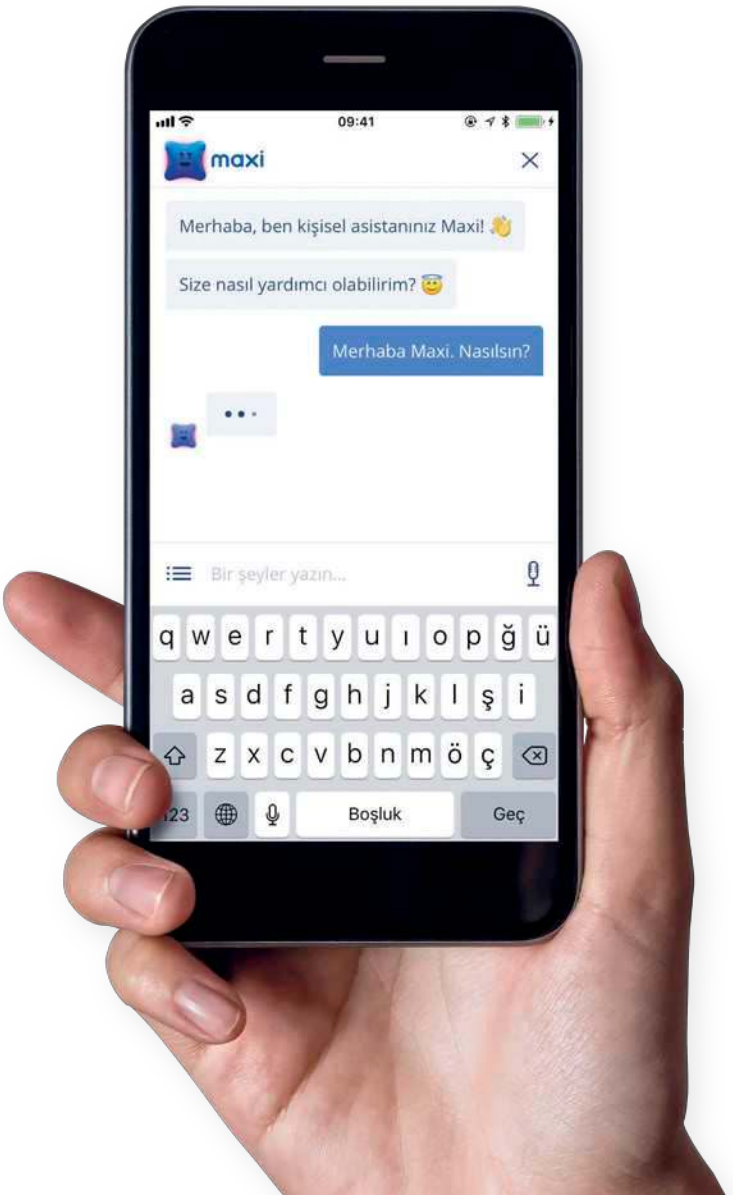
"Pepper'ın fiziksel donanımı, çevresini görmesini sağlayan sensörleri, duymasını sağlayan mikrofon ve hoparlörleriyle vücut dili kullanmasını sağlayan motorları işletim sistemi seviyesinde kontrol ediliyor. Gürültü ayıklama algoritması sayesinde birden fazla kişinin konuşması durumunda kendisine en yakın duran kişinin sesini anlayabiliyor. Birçok sensörü olduğu için mesafeyi ve yaklaşan kişileri algılayabiliyor. IoT ile çalışan aygıtlarla iletişime geçerek kullanıcılara hizmet sunabiliyor. Bu anlamda Pepper ile ilgili önümüzde uzun bir yolculuk var. Dijitalleşmenin, yapay zekanın ve robotik teknolojilerin fiziksel kanallardaki deneyimi nasıl geliştireceğimizi görmek açısından önemli bir adım olan Pepper, öğrendikleriyle kendini geliştirecek bir teknolojiye sahip. İş Bankası için hem teknoloji açısından hem deneyim açısından bir öğrenme süreci olacak Pepper'ın müşterilerimize değer yaratma ve hayatlarını kolaylaştırma adına hep iyiye gitmesi için geliştirme süreçleri devam edecek."

MAXİ İLE DİYALOG BANKACILIĞI DEVRİ BAŞLADI

Geleceğin bankacılığının yapay zeka teknolojisine dayalı diyalog bankacılığı üzerinden ilerleyeceğini öngören İş Bankası, yapay zeka teknolojisine dayalı ve aynı zamanda doğal dil işleme yeteneğine sahip kişisel asistan hizmeti Maxi'yi hayata geçirdi. Yapay zeka teknolojisiyle sürekli yeni şeyler öğrenen Maxi, İş Bankası müşterilerinin günlük hayatını kolaylaştırırken yeteneklerini de artırmaya devam edecek.

Teknolojideki gelişmeler, tarih boyunca "insan-insan" ve "insan-makine" etkileşimini çok farklı biçimlerde etkiledi. Bankacılıkta da gelişen teknolojiyle birlikte "müşteri-banka" etkileşimi, yıllar boyunca değişerek zenginleşti. İletişim araçlarının yeterince gelişmediği dönemde yüz yüze yapılabilen bankacılık işlemleri, ATM'lerin hayatımıza girmesiyle zamandan bağımsız 7/24 yapılabilir hale geldi. ATM'lerin ardından, telefon şube ve internet şubesinin ortaya çıkmasıyla bankacılık işlemleri mekandan da bağımsız oldu. Akıllı telefon kullanım oranlarının artması, 3G sonrasında akıllı telefonlar üzerinden internet erişiminin hızlanması ve yaygınlaşmasıyla mobilin hayatımızdaki yeri ve önemi bizleri bambaşka bir dönemin başlangıcına getirdi. Günümüzde mobil bankacılık en güçlü ve ana temas noktası haline geldi.

maxi



YENİ DENEYİM NE OLACAK?

2010 sonrasında gelişen yapay zeka teknolojisi ve bunun bir alt alanı olan doğal dil işleme teknolojisindeki çalışmaların, 2015'ten sonra hız kazanması sanal asistan olarak adlandırılan yepyeni bir deneyimi ortaya çıkardı. Amazon Alexa, Apple Siri, Google Assistant ve Microsoft Cortana ile ilerleyen sanal asistanlar sayesinde artık gerçek bir kişiyle konuşurmuşçasına işlem yapmak mümkün hale geldi. Bu deneyim, bize geleceğin bankacılığının yapay zeka teknolojisine dayalı diyalog bankacılığı üzerinden ilerleyeceğini gösteriyor. Diyalog bankacılığı, kullanıcıların gerçek bir müşteri temsilcisiyle yaşadığı deneyimin yapay zeka temelli teknolojiler kullanılmak suretiyle sunulması şeklinde tanımlanabilir.

Dijital bankacılığın geleceğinin diyalog bankacılığının temelini oluşturan doğal dil işlemeye dayalı olacağını öngören İş Bankası, yapay zeka teknolojisine dayalı ve aynı zamanda doğal dil işleme yeteneğine sahip kişisel asistan hizmeti Maxi'yi hayata geçirdi. Maxi'nin hayata geçiş sürecinde İş Bankası, Softtech, İş Bankası'nın San Francisco'daki inovasyon üssü Maxitech ve Commencis ekiplerinin dahil olduğu kapsamlı bir iş birliği gerçekleştirildi. İş Bankası'nın diyalog bankacılığı hizmeti 'Maxi' ilk olarak İşCep'te kullanıma sunuldu. Bankanın diğer temas noktalarına da dahil edilecek Maxi, bununla sınırlı kalmayarak bireylerin günlük hayatındaki yeni iletişim araçları ne ise onların içerisinde de vücut bulup günlük hayatı kolaylaştıracak. Örneğin ilerleyen dönemlerde Maxi'nin ev asistanlarıyla da entegre edilmesi planlanıyor.

MAXİ NELER YAPABİLİYOR?

İş Bankası müşterileri Maxi ile hem konuşarak hem de mesajlaşarak etkileşime geçebiliyor. Maxi, tüketim alışkanlıklarına göre kullanıcılarına harcama tavsiyesi verebiliyor; harcama geçmişi, işlem detayları, hesap ve kredi kartı bakiye bilgileri gibi bilgilere ulaşarak raporlamalar yapabiliyor. Bunlarla kalmayıp kullanıcılarının kolayca para transferi yapmalarını da sağlıyor. Kalabalık ortamlarda sesli olarak bankacılık işlemleri gerçekleştirmek, kullanıcılar tarafından tercih edilmeyebilir. Bu nedenle Maxi ile sesli iletişimin yanı sıra mesajlaşarak da etkileşim kurulabiliyor. Maxi'nin yetenekleri bu kadarla sınırlı kalmayacak, arkasındaki yapay zeka teknolojisiyle sürekli yeni şeyler öğrenerek yeteneklerini artırmaya devam edecek.

TEKNOLOJİYE "YAKIN TAKİP"

İş Bankası'nın teknoloji iştiraki Softtech, Türkiye'nin yerli sermayeli en büyük yazılım şirketi durumunda. İş Bankası, Softtech ile dünyadaki teknolojik yenilikleri yerinde izliyor. Silikon Vadisi'nden sonra dünyadaki ikinci inovasyon merkezini ekim ayında Çin'de açan İş Bankası'nın hedefinde ise Londra var.

Bankacılık sektörü, teknolojik yenilikleri yakından takip ediyor. Ayrıca, dijital dönüşümü de en hızlı gerçekleştiren sektörlerden biri. Sektörün baş döndürücü bir hızda gerçekleşen teknolojik dönüşümü yakalamasında, İş Bankası gibi öncü kurumların payı büyük. İş Bankası Genel Müdürü Adnan Bali'nin de her fırsatta altını çizdiği gibi banka "öncü kurum olma rolünü" sürdürüyor. Hatırlanacağı gibi İş Bankası, dijital dönüşüm vizyonunun ve girişimcilik ekosistemine verdiği önemin bir parçası olarak 2016 yılında Silikon Vadisi'nde açılan

HEDEF ÖNCÜ OLMAK

DİJİTAL DÖNÜŞÜM **Diyalog bankacılığı, robotik teknolojiler, yeni nesil ödeme sistemleri ve mobil teknolojiler alanlarında çözümleri olan Softtech, geliştirdiği teknolojilerle başta Türkiye İş Bankası'nın dijital dönüşümde öncü olma misyonuna katkıda bulunacak çalışmalarını sürdürüyor.**

YAPAY ZEKA **Bankacılık ve finans dışındaki tecrübesiyle farklı sektörlerdeki iş ortaklarına da ileri teknolojiyi içinde barındıran çözümler sunan Softtech, yapay zeka konusunda gerçekleştirdiği çözümleri tüm ürünlerine yansıtmayı amaçlıyor. Türkçe doğal dil işleme alanında üniversite iş birlikleri ve araştırma geliştirme yatırımları yaparak bu anlamda öncü olmayı hedefliyor.**

inovasyon üssü Maxitech ile bilişim dünyasındaki gelişmeleri yerinden izlemeye başladı. Maxitech, girişimcilik ve inovasyon kültürünün doğduğu Silikon Vadisi'nde İş Bankası'nın dijital dönüşüm yolculuğuna değer katacak teknolojileri, start up firmalarını inceliyor ve İş Bankası adına iş birliği fırsatlarını yakalıyor. 6 aylık programlar dahilinde Softtech Türkiye ekipleri, Maxitech'e giderek uluslararası teknolojileri ve iş modellerini deneyimliyor ve bu deneyimlerini çalıştıkları projelere yerinde entegre ediyor.

MAXITECH

YENİ MERKEZ

İş Bankası, Silikon Vadisi'nden sonra dünyadaki ikinci inovasyon merkezini ise 29 Ekim'de Çin'de açtı. Türkiye'nin yerli sermayeli en büyük yazılım şirketi olan Softtech, bankacılık ve finans alanında sahip olduğu tecrübesini ve gücünü, yeni açtığı ofisle Çin'e de taşıyarak bu pazardaki iş birliği fırsatlarını değerlendirecek; buradaki inovatif kültürü ve teknolojinin yaygın kullanımını yakından takip edecek.

Çin ofisi, büyük veri, yapay zeka, bulut hizmetler, nesnelerin interneti, siber güvenlik gibi yeni teknolojilerin son derece önemli hale geldiği günümüzde İş Bankası'nın dijital dönüşüm sürecine katkıda bulunacak. Ofis, çeşitli iş birliği modelleriyle Softtech ürünlerinin farklı pazarlara girmesinin de yolunu açacak.

KÖKLÜ ÇÖZÜMLER

ÇEVİK YAPI Softtech hızlı bir şekilde tamamladığı çevik dönüşümü, inovatif çalışma modellerini hedef alan müşteri odaklı bir ürünleşme süreciyle zenginleştirirken inovasyon süreciyle şirketin tüm kademelerinde yeni iş fikirlerinin doğmasına fırsat ve destek veriyor. Şirket içindeki inovatif fikirleri, girişimcilik geçmişi ve yetkinliği olan, bu konuda özel olarak kurulmuş ve eğitilmiş ekipler destekliyor.

KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK Sağlık sektöründe "LiveWell" ve liman otomasyon sistemi yazılım çözümü "GullsEye", Softtech'in kendi bünyesinden çıkıp şirketleşmesine destek verdiği iki somut kurumsal girişimcilik örneği. Ayrıca İTÜ Teknokent, Hacettepe Teknokent ve İş Bankası Tuzla Teknoloji ve Operayon Merkezi'nde yer alan AR-GE ekipleri, üniversitelerle çok yakın çalışarak sektörün ihtiyaçlarına köklü çözümler sunan ürünler oluşturuyor.

DEĞER KATAN İŞ BİRLİKLERİ Softtech, İstanbul ve Ankara'daki Ar-Ge ofislerinin dışında, Kolektif House Levent ofisinin çalışmaları ve İTU Çekirdek ile olan iş birliğiyle Türkiye'deki girişimlerle etkileşimini sürdürüyor.

SIRADA NERESİ VAR?

Softtech, Şanghay'daki inovasyon merkezi ile Çin gibi büyük bir pazarda yüksek teknoloji firmaları ve "fintech" şirketlerini yakından izleme imkanı da bulacak. Diyalog bankacılığı, yapay zeka, robotik teknolojiler, mobil teknolojiler ve siber güvenlik alanlarında çalışmalar yürüten Softtech ve İş Bankası çalışanları, Çin'deki ofiste belirli aralıklarla görev alarak, inovasyon projelerine doğrudan katılacak ve bu yolla teknolojideki yeni gelişmeleri yerinde ilk olarak deneyimleyebilecek.

Softtech, Şanghay ve Silikon Vadisi'nin ardından önümüzdeki yıl Londra'da da bir ofis daha açarak 3 kıtada teknoloji merkezlerindeki varlığını artırmayı hedefliyor.

İş Bankası teknoloji iştiraki Softtech, Türkiye'nin yerli sermayeli en büyük yazılım şirketi olarak finansal teknolojiler ve bankacılık teknolojileri başta olmak üzere son teknolojileri yakından takip eden tamamı uzmanlardan oluşan 1.000 kişilik bir ekiple çalışıyor. ■

workup
by Türkiye İş Bankası

GİRİŞİMCİNİN YANINDA

Kurulduğu günden bugüne farklı ölçekteki kurum ve girişimlere desteğini kesintisiz olarak sürdüren İş Bankası, 2017 yılından bu yana Kolektif House iş birliğiyle yürüttüğü "Workup Girişimcilik Programı" ile teknoloji odaklı girişimleri destekliyor. İş Bankası, girişimcilik ekosistemindeki etkileşimin artırılması ve grup şirketleriyle iş birliği fırsatları konusunda köprü görevi görmesi amacıyla da 2018 yılında Girişimcilik Birimi'ni kurdu.

İnovasyonun, yeni fikirlerin, teknolojik gelişmelerin tüm sektörlerde iş yapış şekillerini değiştirdiği günümüzde rekabetin boyutu değişiyor. Sahiplikten ziyade erişim ve paylaşım ön plana çıkarıyor. Yeni ekonominin temel unsurlarından biri haline gelen start up'lar ve kurumlar arasındaki iş birlikleri önem kazanıyor. Dijitalleşme ile birlikte tüketici alışkanlıkları ve müşteri beklentileri değişirken bu iş birliklerini kurabilen şirketler başarılı oluyor. Bu bakış açısıyla, teknoloji bazlı girişimleri ve kurum içi girişimcilik kültürünü odağına alan ve 2016 yılından beri Kolektif House Levent'teki varlığını sürdüren İş Bankası, 2017 yılında teknoloji odaklı erken aşama girişimlere destek olmak amacıyla Workup Girişimcilik Programı'nı başlatı. 2018'de ise girişimcilik ekosisteminin tüm paydaşlarıyla etkileşimin artırılması ve İş Bankası grubu şirketleriyle olası iş birliği fırsatları konusunda köprü görevi görmesi amacıyla Girişimcilik Birimi'ni kurdu.

WORKUP 3. DÖNEM 14 ARALIK'TA MEZUN OLUYOR

Halen üçüncü dönemi devam eden Workup Girişimcilik Programı'na bugüne kadar 7 bini aşkın başvuru geldi ve 40 girişim kabul edildi. Geride kalan 2 dönemde 19 mezun veren programın üçüncü dönemi, 14 Aralık 2018'de gerçekleşecek olan Demo Day etkinliğiyle tamamlanacak. 4'üncü döneme ilişkin başvuru ve seçim süreci ise aralık ayı boyunca sürecek.

Workup Girişimcilik Programı'na kabul edilen girişimcilere, Kolektif House'da 6 ay süreyle ofis desteğinin yanı sıra geniş mentor ağına ulaşarak iş modellerini geliştirme, ulusal ve uluslararası platformda düzenlenen çeşitli etkinliklerde ekosistem paydaşlarıyla bir araya gelme, İş Bankası ve grup şirketleriyle sinerji ve iş birliği yaratma, yatırım ağları ile buluşma imkânları sunuluyor.

GİRİŞİMLERLE İŞ BİRLİĞİ

Girişimlerin ürün ve hizmetlerinin İş Bankası tarafından kullanıldığı iş birliği modelinin yanı sıra İş Bankası ile birlikte ürün geliştirme şansı bulan girişimler, aynı zamanda ürünlerini İş Bankası müşterilerine ulaştırma imkânı da yakalıyor. Örneğin Piri, Cbot, Blesh, Datapare ve Pisano gibi girişimlerin geliştirdikleri ürün ve hizmetler doğrudan İş Bankası tarafından kullanılıyor.

Diğer bir girişim Yuvarla ile geliştirilen proje sayesinde İş Bankası müşterileri, Yuvarla platformundan verdikleri talimatla tüm kredi kartı harcamaları üzerinden kuruş düzeyindeki tutarları diledikleri sivil toplum kuruluşuna bağışlayabiliyor. Ayrıca gerek Octovan ve Banamama gibi Workup girişimleri gerekse Mutlubiev ve Invidyo gibi ekosistemin önde gelen girişimleriyle birlikte düzenlenen kampanya ve iletişim çalışmaları sayesinde bu girişimlerin ürün ve hizmetleri İş Bankası müşterilerine ulaştırılıyor.

Ayrıca İş Bankası grubu bünyesinde, bu yılın mayıs ayında Maxis Girişim Sermayesi Portföy Yönetimi A.Ş. tarafından Yenilikçi Girişim Sermayesi Yatırım Fonu kuruldu. Bu fonla teknoloji odaklı, hızlı büyüme potansiyeli bulunan, yeni nesil girişimlere erken ve ileri aşama girişim sermayesi yatırımı yapılarak, İş Bankası tarafından ülkemizdeki girişimcilik ekosistemine sağlanan destek zincirine önemli bir halka daha eklenmiş olacak.

İçinde İş Bankası'nın da yer aldığı, kurumlar arası öğrenmenin geliştirilmesi ve kurumsal girişimciliğin yaygınlaşması amacıyla kurulan "Türkiye Girişimci Kurumlar Platformu" altında yürütülecek faaliyetler sonucunda önemli kurumların da ekosistemde etkin roller almasına fırsat oluşturulması bekleniyor.

YAPAY ZEKANIN İKİ FARKLI YÜZÜ

Future Bright'tan yaratıcı direktör Ozan Anlaş ile Davranış Enstitüsü'nden danışman Nuri Gülver'in kaleme aldığı makale, yapay zekanın hayatımızdaki yerini konu alıyor. Yazarlar, yaptıkları yakın zamanlı araştırma sonuçlarının yapay zekanın birbirine zıt, iki boyutta nasıl değerlendirildiğini irdeliyor.

Geleceği bilme arzusu, insanoğlu için hiçbir zaman gündemden düşmeyen bir konu olmuştur. Peki insan neden geleceği merak eder? Bunun çok basit bir cevabı var. Hayatta kalma dürtüsü… İnsanın, gelecekte başına ne geleceğini bilme şansı olursa kendisini de o koşullara göre hazırlama fırsatı bulabilir ve kendini güvende hisseder. Bu yüzden insanoğlu tarih boyunca gelecekle ilgili öngörülere sahip olmak için uğraş vermiştir.

Günümüzde ise yapay zeka bu uğraşımızın en önemli araçlarından biri haline geldi. Özellikle günlük hayatta etkisini günden güne daha çok hissettiren yapay zekâ, bize aslında neye ihtiyacımız olduğunu veya hangi kararı verirsek bizim için daha faydalı olacağını söylemeye başladı. Yapay zekaya dayanan teknolojilerin yakın zamanda hayatımızın içinde daha fazla yer alacağını söylemek zor olmayacaktır. Çünkü modern dünyanın çok değişkenli ve çok uyaranlı yapısı içinde giderek yalnızlaşan ve kendini giderek daha yetersiz hisseden insan, bu yapıyı yönetmekte zorlandıkça dışarıdan yardım alma ihtiyacı hissediyor. Verdiğimiz kararlardan emin olmak ve bu kararlar neticesinde ölçülebilir sonuçlar elde etmek artık hepimizin olağan bir isteği haline geldi.

Tüketici zihninde yapay zeka kavramı henüz yerini tam olarak bulmuş değil. Yaptığımız yakın zamanlı araştırma sonuçları yapay zekanın birbirine zıt, iki boyutta değerlendirildiğini gösteriyor. Somut bir ürün olarak konumlandırıldığında insanlar yapay zekayı hafifleten, yük alan bir çözüm ortağı olarak konumlandırırken, soyut konumlandırmalarda ise dengeleri alt üst eden ve oyunun kurallarını bozan bir tehdit olarak algılıyor.

FARKLI GÖRÜŞLER

Yapay zeka, insan aklının ötesine geçmeyen bir destekleyici, insan zekasının kapasitesini genişleten bir unsur olarak algılandığı noktada somutlaşıyor; elle tutulur bir ürün ve hizmet olarak değerlendiriliyor ve ancak bu çerçevede olumlu karşılanıyor. Bir ürün ve hizmet olarak değerlendirildiğinde ise tüm kitleleri ortak kesen duygunun 'hafiflemek' olduğu görülüyor.

Yapay zekâ ile ilgili teknoloji liderlerinden futüristlere, pazarlamacılardan son tüketiciye kadar herkesin farklı bir görüşü var. Olumlu taraftakiler sağlıktan, eğitime, hizmet sektöründen, tasarıma kadar insanlığa birçok faydası olacağından bahsediyor. Yapay zekâ ile ilgili olumsuz düşünenler; yapay zekanın silah endüstrisi tarafından kullanıldığında kitlesel bir yıkıma yol açması ya da insan işlerini yapacak teknolojiler ile işsizliğin global boyutta bir probleme dönüşmesi üzerinde duruyor. Bunların hepsi tabii ki değerli görüşler ancak herkes teknik alanlarıyla ilgilenirken, yapay zekânın gündelik hayatımıza nasıl etki edeceğini derinleştiren çok fazla kimse yok maalesef.

Yapay zeka kavramının tüketici segmentlerindeki karşılığını deşifre ettiğimiz başka bir çalışmamızda, kadınların özellikle ürün ve hizmet olarak yapay zekayla yakından ilgilendiği görülüyor. Çünkü aynı anda, pek çok işi yapma zorunluluğu

olan kadınlar, günün sonunda "yetişememe" duygusunu yoğun bir şekilde yaşıyor ve bu duyguyu tamamlama dürtüsüyle değiştirecek çözümler arıyor.
Erkekler ise ataerkil yapı gereği pek çok sorumluluğu kendi üzerinde hissettiği için kendini her daim "güçlü gözükme" çabası içinde buluyor. Bu nedenle erkeklerin yapay zekadan beklentisi, kendileri için yapılacak hatırlatmalar, yönlendirmeler, planlamalarla kendi başarısını perçinleyecek bir gölge destekçi oluyor.

DENGE ARAYIŞI

Hepimizin yakından tanıdığı beyaz yaka segmentinde ise rolleri arasında bir sıkışmışlık hakim, gerek eğitim seviyesi, gerek alışkanlıkları ve yaşam tarzı göz önünde bulundurulduğunda teknolojiye ve olanaklara daha yakın konumdalar. Yapay zeka, teknolojik gelişmelerin doğal bir sonucu olarak, çok da uzak bir geleceğe ait bir ürün olarak görülmüyor. Bu çerçevede yapay zekadan beklenti, radikal bir değişimden ziyade, hayatlarında 'lineer bir iyileştirme' yapması yönünde.
Beyaz yakanın hayatı kaotik bir ortam içerisinde, hayatındaki rolleri yönetme çabasıyla geçiyor. Diğer kitlelere kıyasla beyaz yakanın rolleri arasındaki duygusal geçişleri daha keskin şekilde gözlemliyoruz. Patron, müşteri, tüketici, iş arkadaşları, aile hayatı, sosyal çevre gibi birçok alanda, çok farklı kimlikleri sergileyen beyaz yaka sürekli bu roller arasında bir denge kurmaya çalışıyor. Bu durum hem zihinsel bir yük, hem de duygusal bir yorgunluk yaratıyor. Tam da bu noktada yaşanan zihinsel yük ve duygusal yorgunluk karşısında, zamanı daha iyi yönetebilmelerini sağlayacak, çözüm odaklı bir yaklaşım sergileyen bir 'yardımcı' teknoloji' olarak yapay zekadan zihinsel ve duygusal bir dinginlik sağlaması bekleniyor.
Tüm bu farklı tüketici kitlelerini göz önüne aldığımızda yapay zeka kavramının henüz zihinlerde oturmamış olması ve yönünün olumlu veya olumsuz doğrultuda nasıl ilerleyeceğinin belirsizliği, tüketicileri zihinde canlandırılması zor bir kavramla karşı karşıya bırakıyor. Bu nedenle yapay zeka deyince tüketiciler, günlük hayatlarında deneyimleyebilecekleri somut bir ürün beklentisi içine giriyor. Bu bağlamda, yakın gelecekte yapay zekayı hizmetlerinde daha sık kullanacak markaların, yapay zeka çıktılarını somut bir çerçeve içinde sunması, tüketiciyle kurulacak bağın sağlamlığı açısından önemli bir faktör olarak görülüyor.

ÇEVİK ATÖLYE

İş Bankası, yeni nesil organizasyonu Çevik Atölye'yi hayata geçirdi. Çevik Atölye'de, farklı uzmanlıklara sahip çalışanların bir araya getirilmesiyle oluşturulan takımlar, odaklanılan işlerin uçtan uca hayata geçirilmesi için gerekli tüm yetkinlikleri bünyesinde barındırıyor ve iş kararlarında otonom davranıyor. Atölye'de, finansal hedeflerin yanı sıra çalışan memnuniyeti hedefi de takip ediliyor. İş Bankası, bu organizasyonla kuruma daha fazla dinamiklik katmayı, müşteri deneyimini daha hızlı iyileştirmeyi, iş sonuçlarına daha hızlı etki etmeyi ve çalışanların kendi yetkinliklerini geliştirebilecekleri farklı kariyer olanakları sunmayı amaçlıyor.

Dijitalleşme çağında iş yapış biçimlerinin dijital dönüşüme uygun olarak değişim göstermesi ve dijital yetkinliklerin kurumların geneline yayılması, önemli bir gereklilik haline geldi. İş Bankası, bu bakış açısıyla önemli bir adım atarak yeni nesil organizasyonu Çevik Atölye'yi hayata geçirdi.

Çevik Atölye felsefesi, farklı uzmanlıklara sahip çalışanların bir araya getirilerek bir işin gerektirdiği tüm yetkinliklerin bir araya toplanması ve böylece işin uçtan uca tamamlanmasını sağlayan bir konsantrasyon oluşturulmasına dayanıyor.

Çevik Atölye'de, çeşitli disiplinlerden çalışanların oluşturduğu takımlar, ortak hedeflerine barındırdıkları yetkinliklerin doğrultusunda çok

çeşitli işler yaparak katkıda bulunuyor. İş Bankası, Çevik Atölye yapılanmasıyla kurum içine daha fazla dinamiklik katmayı, müşteri deneyimini daha hızlı iyileştirmeyi, iş sonuçlarına daha hızlı etki etmeyi ve aynı zamanda çalışanlarına kendi yetkinliklerini geliştirebilecekleri farklı kariyer olanakları sunmayı da amaçlıyor.

SENKRONİZE ÇALIŞMA MODELİ

Çevik Atölye, müşteri ihtiyacı ve geri dönüşlerine göre hızlı şekil alan, işlerin uçtan uca ele alınıp tamamlandığı, hedeflenen yere ulaşmak için sorumluluğun ve aksiyonların hızlı alındığı bir örgütlenme şekli. Bankanın, genel müdürlük, şube, bölge birimlerinden ve ayrıca yazılım

ÇEVİK ATÖLYE MANİFESTOSU

Çevik Atölye çalışanları, çalışmalarında kendilerine yol gösterecek bir üst seviye değerler listesi hazırlayarak işe başladı. Manifestoda, atölyede biri diğerine göre tercih edilen kavramlar belirlendi. 10 maddelik manifesto aşağıdaki gibi:

1) Değerli olan › Yapılması gereken

2) İnovasyon odaklılık › Olanı iyileştirme

3) Sürekli iyileştirme › Gecikmiş mükemmellik

4) Girişimde bulunma › Uygun zaman bekleme

5) Sadelik › Detaycılık

6) Veriler › Görüşler

7) Çok Yönlülük › Tek boyutta uzmanlaşma

8) Takım başarısı › Kişisel başarı

9) Zamanında geri bildirim verme › Sabırla tahammül etme

10) Öz denetim › Kurallar

şirketinden gelen çalışanların senkronize şekilde çalıştığı çok fonksiyonlu ekipler yaratılmış durumda.
Takım üyeleri kendi konularında inisiyatif alarak son kararları hızlıca veriyor. Bu kurumlar için önemli bir yönetimsel devrim. Çalışanlar için de hem özgürlüklerini artırdıkları hem de sorumluluklarını ve yetkinliklerini geliştirmeleri gereken önemli bir süreci içinde barındırıyor. Bunlarla birlikte organizasyonda test etme, öğrenme, revize etme kültürü daha fazla yayılarak inovasyon tetikleniyor. Takımlarda yalın yönetim, hizmetkâr liderlik, takımların otonom olması, öğrenen bir organizasyon olma, küçük prototipler oluşturma ve müşteri geri bildirimlerini en hızlı şekilde alma gibi disiplinleri uygulanıyor. Çevik çalışma biçiminde takımlar, iki haftalık hızlı

koşuyu andıran (sprint) çalışma bloklarında ekip olarak geliştirilecek ya da yenilenecek ürün ve hizmetleri, pazarlama faaliyetlerini ortaya koyuyor. Bu nedenle aynı zamanda oldukça disiplinli bir çalışma şekli.

MODERN TASARIM

İş Bankası'nın dijital dönüşümü odağına alan yeni nesil organizasyonu Çevik Atölye çalışma ortamı, yenilikçi ve modern tasarımıyla da dikkat çekiyor.
Çevik Atölye'nin ruhuna uygun olarak klasik ofis ortamından farklı, renkli, iş birliğini teşvik eden bir ofis tasarlanmış durumda. Ekip çalışmasına daha çok imkan tanıyan, teknoloji, tasarım ve motivasyon dolu olan mekânın, ilham veren, motive eden, heyecanlı ve eğlenceli bir tutumla çalışanlarla iletişim kurması amaçlanmış.
Çevik Atölye'de kişisel çalışma alanları yerine takım üyelerinin hep birlikte olabilecekleri ve çalışmalarını birlikte geliştirebilecekleri çalışma alanları oluşturulmuş durumda. Atölyede yönetici odaları bulunmuyor. Çalışanlara ait olarak sadece özel dolaplar mevcut. Ekiplerin çalıştığı alan ve sosyalleşme alanı olarak iki ayrı bölüm mevcut. Atölyede yer alan forum alanı ise Çevik Atölye takımlarının birlikte yapması gereken etkinlikler için kullanılıyor. Çevik Atölye'de hiçbir yer hiç kimseye ait değil ve informal networking'e önem verilen bir dizayn var. Takımların sürekli etkileşim halinde bulunmaları ve çalışmalarını birlikte geliştirmeleri amaçlanıyor.

Nil Dumansızoğlu ndumansizoglu@capital.com.tr

130 BİN İSTİHDAM DOĞACAK

Türkiye'deki 25'inci yılını kutlayan Microsoft Türkiye'nin yöneticileri, düzenledikleri basın toplantısında bulut teknolojilerinin geleceğini paylaştı. Microsoft Türkiye Genel Müdürü Murat Kansu, yeni bir yapısal değişim sürecinden geçen Türkiye'yi geleceğe taşıyacak gücün bulut bilişim olduğunu vurgulayarak bulut bilişime yatırım yapan ve kullanan şirketlerin 5 yıl içinde 15 milyar dolar gelir elde edeceğini ve Türkiye'de 130 bin yeni iş imkanı doğacağını açıkladı.

BLOCKCHAIN TEKNOLOJİSİ YAYGINLAŞIYOR

Softtech, Türkiye Bilişim Vakfı (TBV) liderliğinde haziran ayında kurulan Blockchain Türkiye Platformu'nun oluşturduğu çalışma gruplarından, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık, çalışma grubunun 4'üncü toplantısında üye temsilcilerini ağırladı. "Blockchain ve Dijital ID" konularının da ele alındığı toplantı sonrası konuşan Softtech Genel Müdür Yardımcısı Darço Akkaranfil, "Türkiye'de bu teknolojinin ekosistemini oluşturacağımız şirketler arasında yer almayı hedefliyoruz. Bu çatı altındaki projelere katkı sağlamaya devam edeceğiz" dedi.

Z KUŞAĞI DİJİTAL İŞ GÜCÜNÜ ŞEKİLLENDİRİYOR

Dell Technologies yaptığı Z Kuşağı Araştırması'nı açıkladı. Sonuçlara göre Z kuşağının yüzde 80'i, son teknolojiyle çalışmak istiyor ve üçte birinden fazlası BT kariyerine ilgi duyuyor. Yüzde 77'si meslek olarak teknoloji danışmanlığı yapmak istiyor, ancak yüzde 94'ü uygun becerilere ve deneyime sahip olmadığından endişe ediyor. Anket katılımcılarının yüzde 73'ü, teknoloji okuryazarlıklarını iyi ya da ileri düzey olarak değerlendiriyor. Yüzde 68'i ise ortalamanın üstünde kodlama becerilerine sahip olduğunu söylüyor.

IoT ETKİSİ GÜVENLİĞİ ZORUNLU KILIYOR

Bankacılık işlemlerinde IoT teknolojileri oyuna dahil oluyor. Yeni deneyimlerin hayata geçirilmesi, IoT'lerin de gerçek kişiler gibi birer kimliklerinin olmasına ve bu kimliklerinin güvenilir bir şekilde teyit edilebilmelerine bağlı olacak. Bu süreçte siber atakların göz ardı edilmemesi konusunda uyarıda bulunan KOBIL'in bölge satış müdürü Koray Arıkan, en iyi kullanıcı deneyimini sunabilmenin ve kullanıcıyı doğrulamadan önce platform güvenliğinin sağlanabilmesinin kritik önemine dikkat çekiyor.

CMC TÜRKİYE AR-GE MERKEZİNİ AÇTI

CMC Türkiye, mevcut iş alanlarını büyütmek ve sektöre değer katmak amacıyla Ar-Ge merkezi açtı. Ar-Ge merkezi, ürün işlev tasarımı, değerlendirme analizi ve yeni işlevler sunacak ürünler için temel teknolojiler geliştirecek. Yaklaşık 29 kişinin görev aldığı merkezin misyonu, müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutmak amacıyla yeni hizmetleri yaratmak olarak belirlendi. Bu ürün ve hizmetler üretilirken de amaç, dış kaynak kullanımının önüne geçip tamamen yerli ürünleri kullanmak olacak.

BULUT ORTAMINI DESTEKLİYOR

NetApp, yeni uygulama kurulumlarıyla veri yönünden zengin müşteri deneyimi sağlayarak çoklu bulut, hibrit bulut ve kurum içi sistemler dahil tüm altyapı genelinde büyüyen veri kaynaklarını optimize ediyor. Ayrıca kayıp durumlarında bilginin korunacağı ve kurtarılacağı güvencesiyle veri kullanımı sunarak bulut, çoklu bulut ve hibrit bulut ortamlarındaki inovasyonlarla kurumların büyümesini hızlandırıyor.

ADANALI ÖĞRENCİLER ÇİN'E GİDİYOR

Türkiye Vodafone Vakfı'nın Habitat Derneği iş birliği ve Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'nın desteğiyle yürüttüğü "Yarını Kodlayanlar" projesi katılımcılarından, Adana'dan öğrencilerin oluşturduğu "XSun Team" takımı, aralık ayında Çin'de düzenlenecek MakeX Robotik Yarışması 2018 Dünya Finali'ne katılacak. Çin'e gidecek olan "XSun Team", 10'u aşkın ülkeden 350 takımın katılacağı büyük finalde mücadele edecek. Koçluğunu sınıf öğretmeni Abdurrahman Gündeşlioğlu'nun yaptığı takım, Onur Ata Özyiğit, Deniz Gündeşlioğlu, Arda Uğurludemir ve Ata Saatçi'den oluşuyor.

İŞ BANKASI İLE TURKISHEXPORTER İŞ BİRLİĞİ

Türkiye İş Bankası, 200'e yakın ülkedeki alıcılardan gelen ürün taleplerini Türk ihracatçılarına ileten ve Türk şirketlerine ihracat kanalları sağlayan bir platform olan TurkishExporter'la iş birliğine gitti. İş birliği kapsamında, bir yıllık TurkishExporter üyeliği, İş Bankası kredi kartı ya da İş Bankası hesabından havale yöntemiyle ödemelerde yüzde 25 indirimli olarak sunuluyor. Ayrıca kadın girişimciler de yüzde 30 indirimden faydalanabiliyor.

DİJİTAL DÖNÜŞÜM LİDERLERİ YÜKSELİYOR

KPMG'nin 2018 Küresel CIO Araştırması, şirketlerde CIO'nun görevinin değiştiğini ortaya koyuyor. CDO atamalarında artış göze çarpıyor. Araştırmaya katılan BT liderlerinin yüzde 49'u, şu anda özel ya da vekaleten bir CDO'ları bulunduğunu belirtiyor. CDO'su bulunduğunu söyleyenlerin oranı yüzde 11, bu görevi CIO'nun yürüttüğünü belirtenlerin oranı yüzde 24. CDO'su bulunan kuruluşlar dijital yetkinlikler konusunda daha etkili. Türk şirketlerinin yüzde 52'sinde dijital dönüşüm lideri veya dijital dönüşüm sorumlulukları yüklenmiş bir yönetici var.

BEETECH 2018 ÖDÜLLERİ SAHİPLERİNİ BULDU

İTÜ ARI Teknokent tarafından bu yıl üçüncüsü verilen BEETECH Teknoloji Ödülleri, İTÜ MAGNET'te 15 Kasım'da sahiplerini buldu. Kuluçka şirketlerinde Almas, Misone, Metrobi, iUGO; küçük ölçekli şirketlerden Trend, AVCR, Erlab, Mitos, Mikro Elektronik; orta ölçekli şirketlerden Analog Devices, Defne, FEV; büyük ölçekli şirketlerden ise Ericsson, Vodafone ödül alırken Lütfi Yenel, Scoutium, 500 Startups ve Cardtek de özel ödüllere layık görüldü.

GELECEĞE HAZIRLIK

İş Bankası, Mayıs 2017'de Atlas Veri Merkezi'ni kurdu. Bu merkezle banka, önümüzdeki 20 yıllık büyüme öngörüsüne paralel olarak veri saklama ve sistem işleme ihtiyacını karşılamayı planlıyor. Data Center Dynamics ödüllü merkez, ayrıca çevre dostu olmasıyla da dikkat çekiyor.

Yapay zeka teknolojileri, dijital dönüşümün en önemli itici güçlerinden biri. Yapay zekanın temelinde ise veri yatıyor. İş Bankası, yapay zeka teknolojisi ve veriye verdiği önem doğrultusunda, Mayıs 2017'de Türkiye'deki ilk en yüksek seviyede Tier-IV sertifikasyonuna sahip veri merkezini kurdu. Atlas Veri Merkezi ile İş Bankası'nın önümüzdeki 20 yıllık büyüme öngörüsüne paralel veri saklama ve sistem işleme ihtiyacını karşılayacak bir veri merkezi hayata geçirilmiş oldu.

ÖDÜLLÜ VERİ MERKEZİ

İş Bankası tarihinin en büyük dijital altyapı dönüşüm projesi olan Atlas Veri Merkezi, Data Center Dynamics (DCD) tarafından global ölçekte düzenlenen veri merkezi yarışmasında, altyapı ölçeklendirme kategorisi olan "Infrastructure Scale-Out" alanında birincilik ödülüne layık görüldü. Bu ödülle Atlas Veri Merkezi'nin, gerektiğinde ve ihtiyaç halinde büyüyebilecek kapasitesi de uluslararası alanda tescillenmiş oldu. Tuzla'da 32 bin metrekarelik alana kurulan ve bankayı gelecek yıllarda teknoloji açısından olumlu yönde ayrıştıracak olan Atlas Veri Merkezi, bankanın kesintisiz, güvenli ve hızlı veri akışı sağlaması hedefiyle kuruldu. Her bir enerji ve soğutma sisteminin birebir yedeğinin olduğu, deprem etkilerini minimize edebilen en gelişmiş sismik izolatörlerin kullanıldığı ve olası büyük depremlerde bile kesintisiz hizmet verebilecek şekilde tasarlanan veri merkezi, İş Bankası sistemlerinin kullanılabilirlik değerlerini yüzde 99,995'in üzerine taşıyacak.

ÇEVRE DOSTU

Her biri 500 metrekarelik üç sistem salonuyla hizmet veren Atlas Veri Merkezi, toplam 8 sistem salonuyla 4 bin metrekarelik beyaz alana kadar büyüme kapasitesine sahip bulunuyor. Doğa ve insan dostu çözümleriyle dikkat çeken veri merkezinde, sağlıklı ve ekolojik bir yaşam çevresi oluşturma prensibi benimsendi. Bu doğrultuda binanın konumlandırılması sırasında güneş ve rüzgar etkilerine önem verildi, mevcut ağaçların ve verimli toprağın korunması esas alındı. Atlas Veri Merkezi, sürdürülebilir, enerji verimli ve çevre dostu yapılar için belirlenen kriterlere göre "LEED v4 BD+C Gold for Data Center" sertifikasını Türkiye'de alan ilk veri merkezi konumundadır. Atlas Veri Merkezi, kesintisiz çalışma kriterlerine göre en üst seviye olan "Tam yedekli, hata toleransına sahip" 4. seviye (Tier-IV) sertifikasını da Türkiye'de alan ilk veri merkezidir.

Yeni nesil girişimcinin dergisi bayilerde

Aynı zamanda tablet ve telefonlarınızda

Google play 'DEN EDİNİN

App Store'dan İndirin

Türkiye'nin yükselen girişimcilik ruhu kendi dergisini yarattı. Capital ve Ekonomist dergilerinin kadroları tarafından hayata geçirilen girişim dünyasının en yenilikçi ve genç dergisi Start Up, 19. sayısında da yine dopdolu ve ilham veren bir içerikle bayilerde...

DB
DOĞAN BURDA DERGİ

StartupDergisi StartupDergisi

www.startupdergi.com

TÜRKİYE'NİN EN DEĞERLİ BANKA MARKASI

70. yılımızda üst üste 7. kez Türkiye'nin En Değerli Banka Markası olmanın gururunu yaşıyoruz.

Brand Finance®

Uluslararası marka değerlendirme kuruluşu Brand Finance tarafından hazırlanan "Dünyanın En Değerli 500 Markası - 2018" sıralamasına göre.

AKBANK

sizin için

AZİZ KOCAOĞLU

Büyükşehir Belediye Başkanı

"KALKINMA ESASLI İZMİR MODELİYLE BÜYÜDÜK"

MESUT SANCAK

Folkart Yapı YKB

"FOLKART'TAN İZMİR'E YENİ BİR YILDIZ GELİYOR"

CİHAN AKTAŞ

Ci Group YKB

Cİ GROUP YENİ YATIRIMLARLA DEĞER KATACAK

Capital

ARALIK 2018

İZMİR

YÜKSELEN SEKTÖRLER

Son yıllarda uzay ve havacılık, organik tarım, savunma sanayi, yenilenebilir enerji ekipmanları üretimi, bilgi iletişim, biyoteknoloji, plastik ve kimya sektörleri İzmir'de istikrarlı bir şekilde büyüyor. Önümüzdeki dönemde de tedarik zincirleriyle beraber bu sektörlerin gelişiminin artarak devam etmesi bekleniyor.

DR. FARUK GÜLER **ESBAŞ**

"TEK BAŞINA İHRACAT ÜSSÜYÜZ"

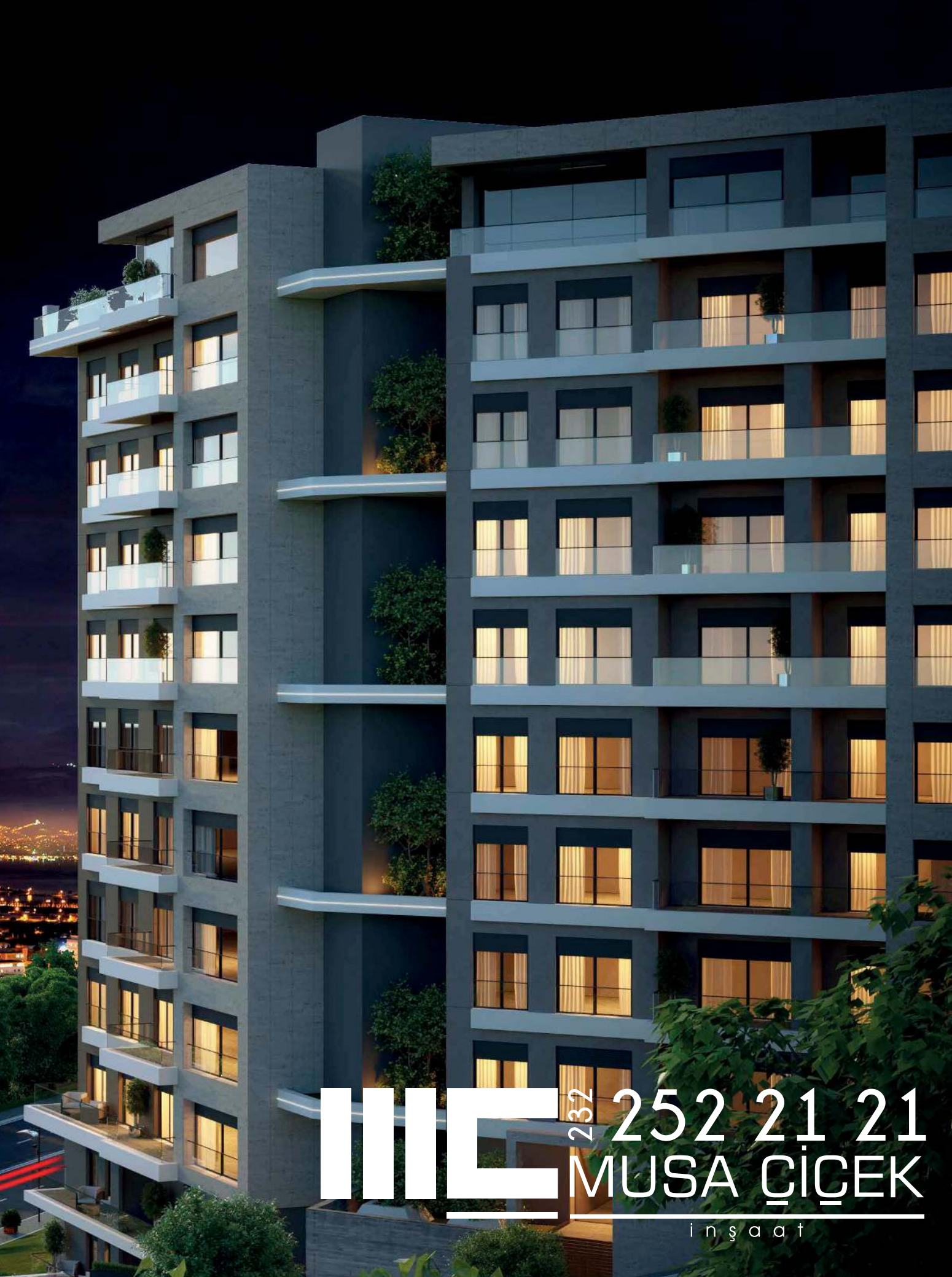
ANAR MAMMADOV **PETKİM**

"PETKİM 2019'DA DİJİTALE YATIRIM YAPACAK"

ONUR GÖÇMEZ **ARKAS LOJİSTİK**

ATATÜRK HAVALİMANI'NI ARKAS LOJİSTİK TAŞIYACAK

Hayattan beklediğiniz tüm
ayrıcalıklarla birlikte...
DENİZİNDEN GÖKYÜZÜNE
İZMİR SİZİN OLSUN !
232 NARLIDERE PREMIUM
www.musacicekinsaat.com


232 252 21 21
MUSA ÇİÇEK
inşaat

İÇİNDEKİLER

6 Bu modelin adı İzmir

8 İzmir'in yükselen sektörleri

10 İzmir'e gelen yabancı ziyaretçi artıyor

14 Yatırımcıların odağında gayrimenkul var

18 Yerli turistin kalesi: Çeşme

22 Belediyecilikte 'Karşıyaka farkı'

26 "Folkart'tan İzmir'e yeni bir yıldız geliyor"

28 Lise eğitimine yeni bir soluk: Eraslan High

32 "İzmir'i geçmişten geleceğe taşıyoruz"

34 Ege'nin başkenti, yaşayan şehir İzmir!

36 "Balçova'da sağlık serbest bölgesi kurulmalı"

38 Univera'dan yüzde 100 yerli yazılım

40 Musa Çiçek İnşaat, 232 markasıyla büyüyor

42 Çiğli denizle buluşuyor

44 Ci Group İzmir'e değer katıyor

48 "Şimdi sıra gayrimenkulde"

50 Yarımadaya açılan kapı: Güzelbahçe

52 "Başarı hedef değil, sonuç olmalı"

54 "Tek başına ihracat üssüyüz"

55 Petkim 2019'da dijitale yatırım yapacak

56 Kuvars minerali, Çimstone ile mutfak ve banyolara taşınıyor

58 Yücesoy'dan insana dokunan projeler

60 Ankaralı Gordion'dan İzmir'e 'Altın Orman'

62 Şehrin kalbinin attığı yerde

64 Teco dengeli ve sağlam büyüyecek

65 Norm Holding, ABD pazarında büyüyecek

66 Volt Motor'dan çalışanlarına erken zam

DB DOĞAN BURDA DERGİ

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş

Trump Towers Kule 2 Kat 21-23
34387 Şişli-İSTANBUL
Tel 0 212 410 32 28 **Faks** 0 212 410 32 27
capital@doganburda.com **www.doganburda.com**

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü (Sorumlu) M. Rauf Ateş
Yayın Yönetmeni Sedef Seçkin Büyük
Yazışleri Müdürü Ebru Fırat
Haber Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel,
Yazışleri Müdür Yard. Nilüfer Gözütok Ünal
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Aslı Sözbilir, Elçin Cirik, Yasemin Erdoğan, Özlem Aydın Ayvacı
Haber Merkezi Ayçe Aksakal, Hande Yavuz, Nil Dumansızoğlu
Sayfa Yapımcısı Ozan Gürel
Grafik Yaman Tetik
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Marka Müdürü Gökçe Aykaç
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 207 00 71

Katkıda bulunanlar
Zeynep Geylani
Gülçin Ağırtaş

Yönetim
Tüzel Kişi Temsilcisi Mehmet Rauf Ateş
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim Planlama Direktörü Yakup Kurtulmuş
capital@capital.com.tr **www.doganburda.com**

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Satış Koordinatörü Nursel Yavuz, Haluk Demir,
Satış Müdürü Burcu Acavut,
Beril Güroğlu Sözkesen, Şerife Dökmetaş,
Bölgeler Satış Müdürü Dilek Ünlü
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0 212 336 53 60 **Faks:** 0 212 336 53 90

Baskı Uniprint Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş
Ömerli Köyü Mevkii 34555 Hadımköy-İSTANBUL
Tel: 0 212 798 28 40 **www.**apa.com.tr
Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.

Yayın Türü Yerel, süreli, aylık

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com.tr
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13
abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Capital İzmir eki için Egemedya reklam hizmeti vermiştir.
Ajans yönetimine teşekkür ediyoruz.

EGEMEDYA

www.egemedya.com.tr **Email:** info@egemedya.com.tr

Adres: Akdeniz Mah. 1353 sokak NO:2 / 11 Konak – İZMİR
Tel: +0232 290 01 50 **Faks:** 0 0232 290 01 40

Peşinde

%10

İndirim!

%0'dan

Başlayan

Faiz Avantajları!

Hemen

Tapu Teslim!

EKMAS
MAVİŞEHİR

444 0 459

www.ekmasmavisehir.com.tr

Bizi Takip Edin!

ekmasmavisehir

İzmir BB Başkanı Aziz Kocaoğlu, kalkınma esaslı İzmir Modeli'ni anlattı...

Bu modelin adı İzmir

2019 Mart ayında yapılacak yerel seçimlerde aday olmayacağını açıklayan Büyükşehir Belediye Başkanı Aziz Kocaoğlu, onlarca dev eseri İzmir'e kazandırdı. Yıllarca 'taşı, toprağı altın' denilen İstanbul'un, İzmir'e göç verdiği bir dönemde Kocaoğlu, tarımdan fuarcılığa birçok sektörü ülke ortalamasının üzerinde büyüttüklerini söylüyor.

İzmir Büyükşehir Belediyesi, tarımdan fuarcılığa, turizmden girişimciliğe kadar birçok alanda verdiği desteklerle, kent ekonomisinde önemli kaldıraç oldu. Kalkınma esaslı 'İzmir Modeli'ni hayata geçiren İzmir Büyükşehir Belediye Başkan Aziz Kocaoğlu, belediye yatırımlarını 2004'ten bu yana tam 28 kat artırarak 16,5 milyar liranın üzerine çıkardı. Raylı sistem ağını ise 16 kat artırmayı başardı. Büyükşehir Belediyesi tarafından desteklenen fuarcılığın, her yıl kent ekonomisine olan 3 milyar liralık katkısının İzmir'de doping etkisi yarattığını söyleyen Başkan Aziz Kocaoğlu, "Tarımı ise Türkiye ortalamasından 2,4 kat daha fazla büyüttük" dedi. Başkan Kocaoğlu, hem 15 yıllık görev süresini değerlendirdi hem de kentsel dönüşümden trafiğe kadar birçok konuyla ilgili sorularımızı yanıtladı, çarpıcı açıklamalarda bulundu:

Başkanlık koltuğuna oturduğunuz 2004 yılından bu yana, İzmir ekonomisinde yaşanan gelişmeyi değerlendirir misiniz?

Görevde olduğum süre içerisinde İzmir Büyükşehir Belediyesi yatırım harcamaları 28 kat arttı. 16.5 milyar liranın üzerine çıktı. Başkanlığı aldığım ilk dönemde yatırım tutarı 2 milyar TL olmuştu. Bu ikinci dönemde 5,5 milyar, 3 dönemde de 9 milyar ile tamamlanacak. 27 bin kişiye maaş veriyoruz. Aslında Ege'nin en büyük holdinglerinden biriyiz. Büyükşehir Belediyesi'nin 2004 yılındaki kişi başına düşen yatırımı 32 TL iken bu rakam 2017 yılında 21 kat artarak 675 TL'ye çıktı. İzmir Büyükşehir Belediyesi, Fitch Ratings'ten aldığı notu 9 basamak artırarak en yüksek not olan AAA, Moody's'den aldığı notu ise 18 basamak artırarak AAA seviyesine çıkardı. Bu ve bunun gibi birçok örnekle İzmir ekonomisi gelişerek büyüdü.

Bu süreçte tarım sektöründeki büyüme dikkat çekiyor. Tarıma özel bir ilgi mi gösteriyorsunuz?

Ben ekonomi tahsili ile işletme mastırı yapmış biriyim. Hem kamuda hem de özel sektörde çalıştım. Ticaret ve sanayi odağında da kendi işimi yaptım. Büyükşehir Belediye Başkanı olunca da önüme şu hedefleri koydum. Belediyenin asil görevleri var ve bunları zaten yapmak zorunda. Ama yerel yöneticinin kentin kalkınmasından da sorumlu olduğunu düşündüm. Bunu da yerelden bir ekonomik modelle yapalım dedik ve tüm stratejimizi buna göre yaptık. 'Yerelde kalkınma' hedefiyle hayata geçirdiğimiz uygulamayla da 'İzmir Modeli' ortaya çıktı. Burada da tarım sektörü ilk sırada yer aldı.

Peki yerelden kalkınma hedefiyle tarım sektöründe neler yaptınız?

Türkiye'de ilk kez bünyesinde 'Tarımsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı' kuran ve yine Türkiye'de ilk 'sözleşmeli üretim' modelini uygulayan yerel yönetim biz olduk. 'Okul Sütü' projesiyle başlattığımız sözleşmeli alımları, çiçek, fidan, süt mamulleri, zeytinyağı gibi ürünlerle çeşitlendirdik. Kooperatiflerden sözleşmeli üretimle yapılan alımla, üretici birliklerinden yapılan alımlar, üreticiye verilen doğrudan destekler, üretici kooperatifleri ve ziraat odalarına verilen destekler kapsamında 900 milyon TL maddi katkı sağlandı. Bu destekler sayesinde de bölgede kapanmaya yüz tutan kooperatifler

yeniden canlandı, bazıları ihracata başladı. İzmir tarımsal üretimde ülke ortalamalarının çok üzerinde bir artış hızı sağladı. İzmir tarımı Türkiye ortalamasından 2,4 kat daha fazla büyüdü. Son 10 yılda Türkiye'de süt üretimi yüzde 100 artış gösterdi. İzmir'de ise yüzde 240 artı. Küçük Menderes'te de bu oran yüzde 400 oldu.

Kent ekonomisinin önemli aktörlerinden biri de fuarcılık. Burada gelinen son durum nedir?

Türkiye'nin en nitelikli fuar kompleksi Fuar İzmir, 337 bin metrekarelik alanıyla İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin gurur abidesi, Türkiye'nin en büyüğü oldu. Fuar İzmir'in inşa edilmesi, kentin fuarcılıktaki gelişimine adeta doping etkisi yaptı. Büyükşehir Belediyesi'nin tamamen kendi kaynaklarını kullanarak 600 milyon lira maliyetle hayata geçirdiği Fuar İzmir sayesinde en önemli fuarların katılımcı sayıları katlanarak arttı. Olivtech & Ekoloji İzmir yüzde 161, Shoexpo yüzde 52, Travel Turkey yüzde 16, IF Wedding yüzde 16 artışla yüzleri güldürdü, Marble ise ziyaretçi sayısını yüzde

44 artırarak kendi rekorunu kırdı. İmalatçılardan ihracatçılara, taksicilerden otel ve restoranlara kadar farklı sektörler, fuar dönemlerinde kazançlarını ciddi oranda artırdı. İzmir'de düzenlenen fuarların kente yıllık katkısı 3 milyar lirayı aştı.

Birçok sektörün en temel sorunlarından olan ara eleman konusunda da ciddi çalışmalarınız var. Hem iş sahibi yaptığınız, hem girişimci mezun ettiğiniz 'Meslek Fabrikası' hakkında bilgi verir misiniz?

Merhum Mustafa Koç'un 'meslek lisesi memleket meselesi' sözü var. Belediye olarak biz de bu konuda çaba gösteriyoruz. Bir yanda sanayici nitelikli eleman arayışında, öte tarafta ise belediyeye gelen ve dağları aşan CV'ler. Bu çocukları meslek sahibi yapalım diye yola çıktık. Önce bir meslek lisesi yaptık ve Milli Eğitim'e verdik. Daha sonra ise çeşitli kurslar düzenlediğimiz bir merkezi hayata geçirdik. En son olarak Büyükşehir Belediyesi tarafından restore edilen Halkapınar'daki 108 yıllık eski un fabrikası 'Meslek Fabrikası' olarak hizmet vermeye başladı. Kentin istihdam sorununa yenilikçi çözüm modeli sunan Meslek Fabrikası'na ev sahipliği yapan tarihi binada, işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu nitelikler esas alınarak sektör ve alt sektörlere yönelik 75 farklı branşta eğitim veriliyor. Meslek Fabrikası bünyesinde, yaratıcılık ve girişimciliğe katkı sağlayan FabLab da kuruldu. Buraya gelenlerin kimi bir işletmede işe giriyor kimi de kendi işini kuruyor.

Zaman zaman geç kalındığı yönünde eleştirilerin yapıldığı 'kentsel dönüşüm' konusunda ne aşamadasınız?

İlk başta kentsel dönüşüm konusunda belirsizlikler vardı. Yasalar çıktı. Yerinde, adil ve yüzde 100 uzlaşma esaslı kentsel dönüşüm için çalıştık. 'Evim yeni, komşum aynı' sloganıyla sürdürülen çalışmalarımız ilk meyvesini Uzundere'de verdi. Uzundere Kentsel Dönüşüm Projesi'nde yüzde 100 uzlaşılan alanlarda ilk etap kapsamında yapımı tamamlanan 9 blokta 280 konut ve 33 işyeri hak sahipleri yeni yerlerine kavuştu. Uzundere Kentsel Dönüşüm Projesi'nde 422 konut ve 40 iş yerini kapsayan 2'inci etabın da temeli atıldı. Hem buranın 3'üncü etabı hem de Ege Mahallesi ile Örnekköy'de ihaleye çıkıldı ancak ekonomik kriz nedeniyle bir talep gerçekleşmedi. Krizin geçmesini bekliyoruz. Bu üç bölgenin yanı sıra Gaziemir Aktepe Emrez Mahallesi, Bayraklı, Ballıkuyu ve Güzeltepe'de de kentsel dönüşüm çalışmalarımız sürüyor. Toplamda 7 bölge.

31 Mart'ta yapılacak yerel seçimlerde aday olmayacağınızı söylediniz. Bugün baktığınızda 'Şunu da yapmalıydım' dediğiniz bir şey var mı?

Evet aday olmayacağım. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin planları, yol haritası belli. Yapılanlar arkaya atılacak, yapılmayanlara ise devam edilecek. Yapılmalıydı noktasında ise Körfez'in iyileştirilmesi, katı atıkların bertarafı var. Yeni arıtmalar, kanalizasyonu eksik bölgeler bulunuyor. Biz kentin altyapısını büyük oranda toparladık. Ama sonuçta kent büyüyor. Bu noktada da hizmetler durmayacak.

Son olarak İzmir başta İstanbul'dan olmak üzere ciddi bir göç alıyor. Bu göçle birlikte kent hareketlendi. "İzmir'de de artık trafik var" söylemleri yükselmeye başladı. Bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

İzmir'de bir trafik problemi olduğunu düşünmüyorum. İzmir'de trafik yok. İzmir'de trafik polisi yok. Park yapılmaması gereken noktalarda parklanma yapılıyor. Trafiğin bunu engellemesi gerekiyor. Buralar bizim yetki alanımızda değil. Göreve geldiğimde raylı sistemle 70 bin kişi taşınıyordu. Bugün bu sayı 700-750 bin. İZBAN'da belli eksikler var. Bunlar tamamlandığına bu sayı 1 milyona ulaşacak. 15 yılda 650 bin kişiyi ilave olarak raylı sisteme kanalize ettik. Bunu yapmamış olsaydık her sabah bin 200 otobüsü trafiğe sokmamız gerekecekti. Bu olduğu zaman da trafikteki otobüs sayısı iki katına çıkacaktı. Eğer raylı sistemi yapmasaydık o zaman İzmir'de trafik sorunu olacaktı. Bugün Yarımada'da oturan çoğu insan tramvayla seyahat ediyor. Başkanlık sonrası ben de Urla'dan Üçkuyular'a aracımı bırakıp tramvayla devam edeceğim.

İZMİR'İN YÜKSELEN SEKTÖRLERİ

Son yıllarda uzay ve havacılık, organik tarım, savunma sanayi, yenilenebilir enerji ekipmanları üretimi, bilgi iletişim, biyoteknoloji, plastik ve kimya sektörleri İzmir'de istikrarlı bir şekilde büyüyor. Önümüzdeki dönemde de tedarik zincirleriyle beraber bu sektörlerin gelişiminin artarak devam etmesi bekleniyor.

İzmir çok sektörlü bir yapıya sahip. Endüstriyel makine, kimya, gıda ve içecek ile turizm sektörlerinin başlıca çektiği kentte son yıllarda uzay ve havacılık, enerji, bilgi iletişim, biyoteknoloji, savunma sanayi, plastik ve kimya alanları öne çıkıyor. Uzmanlaşma ve kümelenme çalışmalarının söz konusu olduğu bu sektörlere, yabancı yatırımcı ilgisi de var. Bunların yanı sıra organik tarım, tarıma dayalı sanayi, lojistik, yazılım sektörlerinde de İzmir büyük fırsatlar barındırıyor. Son zamanlarda özellikle tarım ve petrokimya alanında kentte büyük yatırımların tohumlarının atıldığı gözleniyor. İzmir Ticaret Odası, Ege Bölgesi Sanayi Odası, İzmir Ticaret Borsası ve Ege İhracatçı Birlikleri işbirliği ile en kısa zamanda hayata geçecek olan Tarıma Dayalı İhtisas OSB'ler ve Aliağa'da açılan Star Rafinerisi buna en somut örnek..

Mahmut Özgener

YENİLİKÇİ GİRİŞİMLER

Dijital teknolojilerin imkanlarını markalaşma ve pazarlamada kullanabilen pek çok yenilikçi girişimci, kentte tarım, tekstil, turizm gibi geleneksel ekonomik iştigal alanlarına farklı bir soluk getirerek örnek çalışmalar ortaya koyuyor. Yükselen sektörler arasında gösterilen yenilenebilir enerji, bilgi ve iletişim, sağlık biyoteknolojisi ile havacılık ve savunma sanayinde de potansiyelin çok daha yüksek olduğunu düşünen İzmir Ticaret Odası (İTO) Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Özgener, "Turizm alanına baktığımızda da İzmir, gastronomiden kruvaziyere kadar pek çok turizm biçimine hakkıyla ev sahipliği yapabilecek bir kent. Özellikle niş turizm olanaklarının geliştirilmesi, yurtdışından üst düzey turist getirilmesi için çalışma yapılması odamızın da

öncelikleri arasında. İzmir'de yükselmesi gereken sektörlerden biri de eğitim" diye anlatıyor.

İZTO'nun İzmir'de tüm sektörlere yenilikçi bir bakış açısı getirecek projeleri olduğundan bahseden İZTO Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Emre Kızılgüneşler ise, "İZTO bünyesinde kurulacak Girişimcilik ve İnovasyon Merkezi'ni çok önemsiyorum. Ezber bozan dijital dünyada ezber dışı işler yapmak için dünyanın en iyi örnekleri incelendi, şu anda kurulma aşamasında" diyor.

RÜZGAR ENERJİSİ

İzmir Kalkınma Ajansı'nın (İZKA) yapmış olduğu çeşitli araştırmalar ve hazırlanmış olan stratejiler çerçevesinde yenilenebilir enerji, bilgi ve iletişim teknolojileri sektörleri İzmir'in sosyo-ekonomik kalkınmasını hızlandırabilecek, gelecek vadeden sektörler olarak tespit edildi. İZKA faaliyetlerini de bu alanda yoğunlaştırdı. Yenilenebilir enerji sektöründe özellikle rüzgar enerjisi alanında gerek İzmir'in potansiyeli, gerekse de son 10 yılda rüzgar enerjisi ekipmanları üreticilerinin kümelenmesi sonucu Türkiye'nin üretimi üssü haline gelmesi İzmir'i bu alanda öncü ve lider şehir olarak konumlandırıyor. Bilgi ve İletişim teknolojileri anlamında ise İzmir, yatırımcılara ve çalışanlarına sunduğu yaşam kalitesi, aktif faaliyet gösteren global firmaları, 4 adet teknoloji geliştirme bölgesi ve bu bölgelerin yarattığı sektörel ekosistem ile her geçen gün sektördeki varlığını güçlendiriyor.

Dr. Mehmet Yavuz

YENİ YATIRIM İMKANLARI

ÖNE ÇIKACAK SEKTÖRLER İzmir'de, önümüzdeki yıllarda uzay ve havacılık, petrokimya, yenilenebilir enerji, organik tarım, tarıma dayalı sanayi, savunma sanayi, yazılım, sağlık turizmi gibi daha yüksek katma değere ve teknolojik içeriğe sahip ürünlerin üretimi ve ihracatın öne çıkması bekleniyor.

CAZİBE MERKEZLERİ İzmir, nitelikli işgücünün yanı sıra kaynakları ve yatırım alanları ile önemli potansiyel barındırıyor. 13 organize sanayi bölgesi, 2 serbest bölgesi, 4 teknoloji bölgesi yatırımcılar için cazibe merkezleri. Bu bölgelerde yatırım yapmak isteyen yatırımcılar KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti, vergi indirimi, faiz desteği ve yatırım yeri tahsisi gibi çeşitli teşviklerden faydalanabiliyor.

Ege İhracatçı Birlikleri Koordinatör Başkanı **Jak Eskinazi**

"TEKNİK TEKSTİLE YÖNELİM VAR"

"Tekstil ve hazırgiyim sektörlerinde teknik tekstile yönelmek istiyoruz. Bu amaçla 6 yıl önce Teknik Tekstiller Araştırma ve Uygulama Merkezi'ni (TEKSMER) hayata geçirdik. Öte yandan dünya genelinde tüketici bilincinin artması ile birlikte başta gıda olmak üzere birçok sektörde organik ürün tüketimi ve organik ürünün maliyet farkını ödemeye gönüllü tüketici sayısı her geçen gün artmakta. Organik üretim konusunda Ege Bölgesi lider konumda. İzmir bu konumunu güçlendirebilir. Çevre dostu olan rüzgar enerjisi, güneş enerjisi, jeotermal enerji konularında zengin bir bölgeyiz. Enerji alanında bölgemizde yapılacak yatırımlarla enerjide dışa bağımlılığımız da azaltılabilir."

İHRACAT FIRSATI

Türkiye'de rüzgar enerjisi ekipmanları üretiminin, ülkenin ikinci büyük ticaret merkezi olan İzmir'de yoğunlaştığına vurgu yapan İzmir Kalkınma Ajansı Genel Sekreteri Dr. Mehmet Yavuz, şunları anlatıyor: "Gelişmiş üretim olanakları, lojistik altyapısı, nitelikli işgücü ile İzmir, rüzgar enerjisi alanında uluslararası değer zincirlerine entegre olmuş bir hub haline geldi.

İzmir'de yatırım yapan firmalar bir yandan iç pazara hitap ederken, İzmir'deki limanlar sayesinde ihracatlarını da rahatlıkla gerçekleştirebiliyorlar. 1998 yılında Türkiye'de kurulan ilk rüzgar enerjisi santraline de ev sahipliği yapan İzmir, Enercon, Siemens – Gamesa, LM Wind Power, TPI Composites gibi dünya çapında faaliyet gösteren üreticiler tarafından üretim üssü olarak belirlendi. Ayrıca; Ateş Çelik, Ege Kule, Dirinler Döküm, Tibet Makina gibi çok sayıda yerel firmadan oluşan güçlü bir tedarik zinciri, İzmir'de oluşmuş durumda."

İzmir'de yerleşik artık rüzgar türbini ekipmanları üreticileri üretimlerinin yaklaşık yüzde 60'ını yurtdışı pazarlara satar duruma geldi. Özellikle serbest bölgelerin ve limanların varlığı ile beraber İzmir'in sunduğu lojistik avantajlar yatırımcının ihracat yapma yönündeki isteklerini büyük ölçüde karşılıyor ve destekliyor.

İZMİR'E GELEN YABANCI ZİYARETÇİ ARTIYOR

Dünyanın en önemli 10 turizm destinasyonlarından biri olarak ifade edilen Türkiye'nin bu yıl turizmde 36 milyar dolarlık gelirle rekora koşması bekleniyor. Bu beklentiye İzmir gibi büyükşehirlerin de önemli katkısı olacak. İzmir, bu yılın ilk 10 aylık döneminde gelen ziyaretçi sayısında yüzde 19 artış elde etti. ETİK'in raporuna göre İzmir turizmi bu yılın ilk 10 ayında 966 bin 68'i yabancı, 586 bin 541'i vatandaş olmak üzere toplam 1 milyon 552 bin 609 ziyaretçi ağırladı. Dünyanın farklı ülkelerinden ziyaretçi ağırlamayı başaran İzmir'in 2 milyon turiste ulaşması hedefleniyor.

Rusya ve Avrupa ile gerilen ilişkilerin normalleşmesi, terör olaylarıyla azalan güvenlik algısının artması ve kurlarda yukarı doğru yaşanan hareketlilik turizm sektöründe yüzleri güldürdü. Zor günlerin geride kaldığı turizm sektörünün bu yıl rekora koşması bekleniyor. 2017 yılında elde edilen 26 milyar dolarlık turizm gelirlerine karşılık bu yıl 38 milyonu aşması beklenen ziyaretçi sayısıyla gelirlerde önemli artış yaşanması öngörülüyor. Bu rakamla dünyanın en önemli 10turizm destinasyonlarından biri olarak ifade edilen Türkiye'nin yılsonunda 36 milyar dolarlık bir turizm gelirine ulaşacağı tahmin ediliyor. Bu noktada İstanbul, Antalya ve İzmir gibi büyükşehirlerin önemli bir katkı sunacağı ifade ediliyor.

Uluslararası danışmanlık ve denetim şirketi EY'nin "Turizm Sektörü Değerlendirmesi" raporuna göre Türkiye, turistler için sunduğu uygun fiyatlar ve seçenek çeşitliliği ile son yıllarda en

çok tercih edilen ülkeler arasında yer alırken, önümüzdeki dönemde özelikle kültür ve sağlık turizminin uzun vadede kayda değer bir büyüme potansiyeli taşıyor.

Büyümenin en önemli adreslerinden biri ise Ege Bölgesi olarak ifade ediliyor. Bu noktada da İzmir artan ziyaretçi sayısıyla dikkatleri çekiyor. Türkiye turizm gelirlerinin önemli merkezlerinden biri olan İzmir, geçen yıla gore ziyaretçi sayısında ciddi bir başarı yakaladı. Ege Turistik İşletmeler ve Konaklamalar Birliği'nin yaptığı (ETİK) çalışmaya göre 2018 yılının 10 aylık döneminde İzmir'e gelen toplam ziyaretçi sayısı geçen yıl göre yüzde 19 arttı. İzmir turizmi 2018 yılı Ocak-Ekim döneminde 966 bin 68'i yabancı, 586bin 541'i vatandaş olmak üzere toplam 1 milyon 552 bin 609 ziyaretçi ağırladı. Yılın ilk on aylık döneminde İzmir'e gelen yabancı ziyaretçilerin 889 bin 362'si hava yoluyla, 76 bin 706'sı deniz yoluyla girdi. Hava yoluyla girişler yüzde 32 artarken deniz yoluyla girişlerde yüzde 55 artış görüldü. Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) Başkan Yardımcısı ve ETİK Başkanı Mehmet İşler, zengin turizm potansiyeline sahip İzmir ve Ege Bölgesi'ne ilginin arttığını söylüyor. İşler, "Gerek istatistik veriler, gerek yurt dışı fuarlarda edindiğimiz izlenimler, 2019 yılının İzmir ve Ege turizmi için son derece verimli geçeceğini ortaya koyuyor" diyor.

(Ocak -Ekim)

İZMİR'E GELEN TURİST SAYISI 10 AYDA YÜZDE 19 ARTTI

	2014	2015	2016	2017	2018	Değişim (%) 2017/2018
Yabancı	1.225.960	1.127.255	636.407	724.617	966.068	33
Türk	496.911	531.574	527.202	582.994	586.541	1
Toplam	*1.722.871*	*1.658.829*	*1.163.609*	*1.307.611*	*1.552.609*	*19*

YABANCI ZİYARETÇİ SAYISI 1 MİLYONU GEÇECEK

	2014	2015	2016	2017	2018	Değişim (%) 2017/2018
Hava yolu	859.42	877.928	595.303	675.071	889.362	32
Deniz yolu	366.54	249.327	41.104	49.546	76.706	55
Toplam	*1.225.960*	*1.127.255*	*636.407*	*724.617*	*966.068*	*33*

kaynak: ETİK

Mehmet İşler

TÜM ÖNEMLİ PAZARLARDAN ZİYARETÇİ ALDI

İzmir Türkiye'ye gelen turistlerin önemli bir kısmını ağırlamayı da başardı. İran, ABD, Finlandiya, Avustralya, İspanya dışında Türkiye'nin misafir çektiği pazarların neredeyse tamamında önemli başarılar imza atan İzmir, özellikle Alman ve İngilizlerin uğrak noktası oldu. Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen on ülkenin Almanya, İngiltere, Hollanda, İran, Fransa, Belçika, Rusya Federasyonu, Polonya, KKTC, Avusturya olarak sıralanırken, TÜROFED Başkan Yardımcısı ve ETİK Başkanı Mehmet İşler, gelişme eğilimlerine ilişkin şu bilgileri paylaşıyor: "10 ayda yüzde 37 büyüyerek gelişen Almanya pazarı son beş yılın en yüksek düzeyine ulaştı. 2 yıllık yavaşlamanın ardından yeniden canlanan İngiltere pazarı aynı dönemde yüzde 15artış gösterdi. Avusturya pazarı yüzde 50 büyürken, diplomatik krizin son bulmasıyla 2018'de toparlanan, Temmuz ayında büyük ivme gösteren Hollanda pazarı Ekim ayında yüzde 41 büyüdü. Polonya pazarındaki yüzde 163, Rusya pazarındaki yüzde 88, Belarus pazarındaki yüzde 64, Ukrayna pazarındaki yüzde 342 büyüme de dikkat çekici."

Öte yandan kruvaziyer turizminin sıfırlandığı İzmir'e on aylık dönemde ülkemize gelen yabancı ziyaretçi sayısı yüzde 22 artarken, İzmir'de bu oranın yüzde 33 olduğuna dikkat çekti. Bu rakamların, zengin turizm potansiyeline sahip İzmir ve Ege Bölgesi'ne ilginin arttığını gösterdiğini vurgulayan Mehmet İşler, "Gerek istatistik veriler, gerek yurt dışı fuarlarda yaptığımız görüşmelerde edindiğimiz izlenimler, 2019 yılının İzmir ve Ege turizmi için son derece verimli geçeceğini ortaya koyuyor" diyor.

İstanbul, Antalya ve İzmir gibi büyük şehirlere yapılan yatırımların Türkiye'nin turizm sektörünü geliştirme hedefini desteklediğini ifade eden EY Türkiye Yönetici Ortaklarından, Gayrimenkul Hizmetleri Lideri Mehmet Küçükkaya ise şu değerlendirmeyi yapıyor: "Rusya ve Avrupa ile ilişkilerin normalleşmesi, hem dünyada hem de Türkiye'de güvenliğin artması ve Ortadoğu bölgesinden turistlerin gün geçtikçe ülkemize daha çok ilgi göstermesi zaten güçlü bir turizm destinasyonu olan ülkemizin2016 öncesi günlerine dönmesine olanak sağladı. Ayrıca yaz aylarında kurlarda yaşanan hareketlilik yerli turistlerin de tatillerinde Türkiye'de kalmasına sebep olup turizm sektöründe olumlu bir etki yarattı. Turizm sektörünün Türkiye'nin gayrisafi milli hasılasınadoğrudan katkısının 2018'de 36,3 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Turizm gelirlerinin ise bu yıl bir önceki yıla göre yüzde 11,3 yükseliş göstereceği öngörülüyor."

Alışverişin en havalısı,

Ege'nin En Büyük Outleti

WESTPARK'TA

Yarı açık mimari konsepti, 155 mağazası,
teraslı kafe - restoranları, çocuklar için eğlence - oyun alanları ve
Ege'nin ilk ve tek akvaryumu Funtastic Aquarium ile
sadece alışveriş değil, aynı zamanda keyifli ve eğlenceli
vakit geçirilebileceğiniz bir dünya
Westpark Outlet'te sizleri bekliyor!

AYAKKABI - ÇANTA ATAKÖY AYAKKABI • DERİMOD • DESA • FLO • GARDA SHOES • GREYDER • KEMAL TANCA • SAMSONITE • SKECHERS • TERGAN **BAY / BAYAN GİYİM** BOYNER • CAZADOR • COLINS • DEFACTO • KASABA OUTLET • KOTON • LCW • LTB • MAVİ • NETWORK • U.S. POLO • VAKKO **BAYAN GİYİM** AMBAR • İPEKYOL • SPAZIO • VENA • ŞİMAL **ERKEK GİYİM** ALTINYILDIZ CLASSICS • AVVA • KİĞILI • BEYMEN BUSSINESS • BISSE • DAMAT • HATEMOĞLU • JACK & JONES • LUFIAN • RUBA PANTOLON • TUDORS **BEBEK / ÇOCUK GİYİM** CİCİBEBE • E-BEBEK • TANCA KIDS • KİŞİSEL BAKIM FLORMAR • GRATİS • WATSONS • YVES ROCHER **EĞLENCE / HOBİ** AVŞAR SİNEMA • FUNNY VALLEY • FUNTASTIC AQUARIUM • KİKA KİTAPEVİ • MINICITY • PICCOLO • TOYZZSHOP • **EV / DEKORASYON** BERNARDO • ENZA HOME • KARACA • ÖZDİLEK • PORLAND • TCHIBO • THE COMPANY • YATAŞ BEDDING **İÇ GİYİM** BLACKSPADE • DAGİ • G-LINGERIE • PENTİ • RELAX MODE • SUWEN **SPOR GİYİM** ADIDAS • ARCHER CAMP • HUMMEL • LESCON • REDWOLF • SPORT IN STREET • SPORTHINK **TEKNOLOJİ** BEKO • BOSCH • PROFİLO • SAMSUNG • TEKNOSA • TURKCELL • VESTEL **OPTİK/SAAT** CERAN SAAT • CİO OPTİK • FERRUH FİLİZ • MERT OPTİK • RENK OPTİK • SAAT&SAAT **MARKET / YAPI MARKET** MİGROS • PRAKTİKER **CAFE & RESTORAN** ALSANCAK UNLU MAM. • BIG MAMMA'S • BISQUITTE • GLORIA JEANS • MADO • ÖZSÜT • ROBERTS COFFEE • SIR WINSTON CAFE • SOULMATE • STARBUCKS **YEME - İÇME** ARBY'S • ATOMIX - C • AUM • BAY DÖNER • BURGER KING • ÇİKOLATTA PATISSERIE • EKMEKİÇİ • HARİBO • KUMPİR STOP • LOKUM ATÖLYESİ • MACARONI • MC DONALD'S • MEFTUNE EV YEMEKLERİ • ORA LAHMACUN • PIZZA LOCALE • POPEYES • SBARRO • SOMUN ARASI • TAVUK DÜNYASI • USTA DÖNERCİ • GAFİ WAFFLE & COFFEE **HİZMET** ŞEHİR ECZANESİ • TERZİHANE • KURU TEMİZLEME • OTO YIKAMA • TOBACCO SHOP **DİĞER** MERCEDES BENZ • MOBILSTAND • QUEEN STEEL SİLVER • YOYOSO

Ege'nin Outleti

WESTPARK OUTLET

westpark
OUTLET

Ege'nin Outleti

www.**westparkoutlet**.com.tr

/westparkoutlet

YATIRIMCILARIN ODAĞINDA GAYRİMENKUL VAR

İzmir'de kentsel dönüşüm projelerinin başlamasıyla hareketlenen gayrimenkul sektörü önümüzdeki dönemde de cazibesini korumaya devam edecek. Büyük yatırımcılar İzmir'de yeni projelere başlarken kentte konut fiyatları yükselmeye başladı.

İzmir, son yıllarda yapılan şehirlerarası otoyol çalışmaları, aldığı göçler ve kentsel dönüşüm projeleri sayesinde gayrimenkul yatırımlarında öne çıkan şehirlerden biri haline geldi. Son dönemde öne çıkan kentsel dönüşüm projeleri de bu süreci hızlandırdı. Bölgede başlayan projeler dönüşüm çalışmaları kentin çehresini değiştirirken büyük yatırımcıların da şehre adım atmasını sağladı. İzmir'in bina stoğunun yüzde 62'sinin imarsız ve depreme dayanıklılık bakımından sorunlu olduğu ifade ediliyor. Kentsel dönüşüm kapsamında imarsız ve depreme dayanıksız binaların yerine yapılacak yeni konutların İzmir gayrimenkul piyasasını hareketlendirmesi bekleniyor.

Remax Türkiye Anadolu ve Ege Bölgeleri Bölge Yöneticisi
Kemal Çiğri

"Hızlı hareket edilmeli"

"Kentsel dönüşümün şehrin ekonomisini olumlu etkilediği düşüncesindeyim. Kentsel dönüşümle birlikte inşaat sektörü canlanırken, bunun ekonominin genelini olumlu etkilediğini, ayrıca daha nitelikli, çevre duyarlılığına sahip ve enerji verimliliği yüksek yapıları inşa etme fırsatı sunduğunu görüyoruz. İzmir iklimi ve coğrafyasıyla yaşamak için diğer büyük şehirlere göre daha çok tercih edilen bir şehir. Ciddi bir ekonomik potansiyele sahip olan İzmir'in, yetişmiş insan gücünü kendisine çekebilmesi için, özellikle de yaşlı bina sayısının oldukça fazla olması nedeniyle, kentsel dönüşüm alanında hızlı hareket etmesi gerekiyor. Bunlara ek olarak, İstanbul'daki kentsel dönüşüm örnekleri de İzmir'de konu ile ilgili yapılan yanlışları görmek açısından fayda sağlıyor."

Hüriyet Emlak Satış Direktörü **Çağrı Bozay**

Öne çıkan lokasyonlar

"Proje çalışmaları devam eden lokasyonların başında: Cengizhan, Alparslan, Fuat Edip Baksı(Bayraklı), Ege Mahallesi, Ballıkuyu Mahallesi (Konak), Uzundere Mahallesi (Karabağlar), Aktepe, Emrez Mahalleleri (Gaziemir) ve Örnekköy (Karşıyaka) gelmekte. Kadifekale ve Yeşildere de (Konak) projelerde kentsel sağlıklaştırma alanı olarak geçmekte. Bu bölgenin inşaata ve oturuma uygun olmadığı tespit edildiğinden burada yaşayan nüfus tahliye edildi. Bölge içerisindeki yapılar yıkılarak alanda yeşillendirme çalışması yapıldı. Önümüzdeki dönemde piyasadaki hareketliliğin devam etmesini bekliyoruz."

30 ilçeli İzmir emlak piyasasının en hareketli olduğu bölge Karşıyaka'da ayda ortalama bin civarında konut el değiştiriyor. Karşıyaka'yı Buca, Karabağlar, Torbalı, Çiğli, Konak, Bornova, Bayraklı takip ediyor. Arsa-arazi yatırımlarında Çeşme, Urla, Güzelbahçe Karaburun, Kemalpaşa, Torbalı, Menemen ve Seferihisar öne çıkıyor. İzmir Körfez geçişi projesine dahil olan semtler değer kazanırken, en çok göç alan Menemen ilçesinde fiyatlar hızla artıyor. Karaburun ve Mordoğan bölgesi yeni yol çalışmalarıyla birlikte İzmir'in en çok konuşulan bölgeleri arasındaki yerini aldı. Arazi fiyatlarının yaklaşık yüzde 50 artış gösterdiği bölgede yeni turizm yatırımları da planlanıyor. Yıllık konut fiyat artışında Aliağa ve Seferihisar yüzde 33'lük artışla liderliğe oturdu.

Emre Şahin

İzmir'deki bu dönüşüm pek çok yatırımcıyı kente çekmiş durumda. Pekerler Grup, Folkart, EGE Perla gibi pek çok şirket İzmir'e yatırım yapıyor. Bugüne kadar İstanbul'da geliştirdiği farklı konseptli projelerle öne çıkan DAP Yapı, 2017 yılının son çeyreğinde İzmir projesini başlattı. Rönesans Gayrimenkul, İzmir'de önümüzdeki dört yıl içinde Konak, Mavişehir, Turan ve Gaziemir'de toplam 1 milyar Euro'ya ulaşan yatırıma imza atmayı planlıyor. Türkerler Holding, İzmir Konak'ta 350 milyon dolar yatırımla Mahall Bomonti projesine başladı. Mahall Bomonti İzmir projesi Doğuş Grubu iştiraki d.ream'in konsepti bomontiada'yı İzmir'e taşıyor. Bomontiada, İstanbul'dan sonra ilk defa Mahall Bomonti İzmir'de hayat bulacak. Sur Yapı, Kiğılı, Torun ve Elmas ailelerinin ortak olduğu karma projenin teknik hazırlıkları tamamlandı. LOFT markasıyla İstanbul Levent'te Levent Loft ve Loft Bahçe projelerini

KENTSEL DÖNÜŞÜMDE ÖNE ÇIKAN SEMTLER VE PROJELER

Uzundere
Karabağlar'da yer alan, Uzundere ve Yurdoğlu Mahalleleri'nin büyük bir kısmını kapsıyor. 320 bin metrekarelik alanda çalışmalar başladı. Bölgede hak sahipleriyle yapılan bilgilendirme toplantıları yapıldı. Proje kapsamında görüşmeler Uzundere İletişim ve Tanıtım Merkezi'nde devam ediyor.
Uzundere Kentsel Dönüşüm Projesi kapsamında yapıları tahliye edilen hak sahiplerine İzmir Büyükşehir Belediyesi'ne ait Uzundere Toplu Konutları'ndan konut tahsisi yapıldı ve tahliyesi yapılan yapıların yıkımı gerçekleştirildi.
kapsıyor.

Ege Mahallesi
Konak'ta yer alan 70 bin metrekarelik alanı kapsıyor. Mevcut durum tespit çalışmalarının yapıldığı projede kentsel tasarım ve mimari proje çalışmaları tamamlandı. Proje kapsamında hak sahipleriyle görüşmeler başladı ve devam ediyor.

Örnekköy
Karşıyaka'nın kuzeyinde yer alan 18 hektar büyüklüğündeki alanda yapılıyor. Dönüşüm projesi, Yeni Girne Caddesinin batısında, Çevre Yolunun güneyinde, Anadolu Caddesinin Kuzeyinde ve Cumhuriyet Mahallesinin batısında yer alan bölgeyi

Bayraklı Mahallesi
Bayraklı'da yer alan, Cengizhan, Alpaslan ve Fuat Edip Baksı Mahallelerinin büyük bir kısmını kapsayan 600 bin metrekarelik alanda yapılıyor. Mevcut durum tespit çalışmalarının yapıldığı projede halkın beklentileri tespit edildi. Kentsel dönüşüm projesi kapsamında kentsel tasarım ve mimari projeler çalışmaları tamamlandı. Bayraklı Mahallesi Kentsel Dönüşüm ve Gelişim Projesi kapsamında 8 bin konut üretilecek. Yeni inşa edilen konutların alanları 50 metrekare ile 152 metrekare arasında değişiyor. Konut dışında inşa edilecek iş yerlerinin büyüklükleri ise 32 metrekare ile 184 metrekare arasında değişiyor.

Ballıkuyu
Konak'ta yer alan, 480 bin metrekarelik alanda hayata geçirilecek. Çalışmaların başladığı projede mevcut durum tespitleri, hak sahibi belirleme çalışmaları ve kentsel tasarım ve mimari proje çalışmaları devam ediyor.

Aktepe ve Emrez Mahallesi
Gaziemir'de yer alan, 1 milyon 220 bin metrekarelik bölgede yapılıyor. Mevcut durum tespit çalışmalarının yapıldığı projede hak sahipleriyle yapılan bilgilendirme toplantıları ile vatandaşların beklentileri tespit edildi. Projede inşa çalışmaları henüz başlamadı.

Güzeltepe Mahallesi
Çiğli'nin kuzeydoğusunda, yerleşim alanlarının bitim noktasında, Evka-2 ve Evka-6 toplu konutları ile Güzeltepe Koop. Evleri arasındaki bölgede yapılıyor. Projede inşa çalışmaları henüz başlamadı.

hayata geçiren Akfen İnşaat, Ankara'dan sonra İzmir'de de öne çıkmayı planlıyor. Kentsel dönüşüm projeleri geliştiren Erka Grup da İzmir'de dönüşüme odaklanacak.

KONUT FİYATLARI YÜKSELDİ

Elbette kentsel dönüşüm İzmir'de konut fiyatlarına da yansıdı. Bayraklı ve Bornova'da konut fiyatları neredeyse üçe katlandı. Karşıyaka'da Aksoy-Girne Caddesi bölgesi incelendiğinde, bu bölgede genel olarak parsel bazında yenilemelerle konut fiyatlarında yüzde 70-100 arasında artış söz konusu. Karşıyaka'nın merkezi bölgelerinde eski dairelerin ortalama metrekare birim fiyatlarının 2 bin 500-3 bin lira seviyesindeyken yeni daire fiyatları ise 3 bin 750-8 bin lira aralığında.

Remax Türkiye Anadolu ve Ege Bölgeleri Bölge Yöneticisi Kemal Çiğri, "Bayraklı ve Bornova'da eski konutların birim metrekare fiyatı 2 bin 500 lira civarında iken, yenilenen binalarda bu fiyatlar 3 bin 500-8 bin lira seviyelerine yükseldi. İzmir'in yeni kent merkezi olarak bilinen Bayraklı–Turan-Salhane bölgesindeki ofis-rezidans projelerinde metrekare birim fiyatları ise 7 bin ila 12 bin lira arasında değişiyor" diyor. Tapu.com kurucu Ortağı Emre Erşahin ise kentsel dönüşümde öne çıkan ilçelerinin başında gelen Bayraklı'da son bir yıllık değer artışının yüzde 17'ye ulaştığını ve konut fiyatının 365 bin TL olduğunu belirtiyor. Ortalama konut fiyatının 314 bin 640 TL'ye çıktığı Karşıyaka, Örnekköy'de ise son bir yıllık değer artışı yüzde 26 seviyelerinde. Karabağlar'da ortalama konut fiyatı 267 bin 260 TL ve yıllık değer artışı yüzde 19 seviyelerinde seyrediyor. Aktepe ve Emrez Mahallelerinin kentsel dönüşüme gireceği Gaziemir'de ise bir yıllık ortalama konut fiyatlarına baktığımızda bu rakamın 400 bin TL bandında seyrettiğini görüyoruz. Gaziemir'de 1 yıllık değer artışı yüzde 17 seviyesinde. İzmir'de dönüşümde ön plana çıkan Karabağlar ve Buca ilçelerinde süreç yavaş işliyor. Riskli alan olarak ilan edilen Kadifekale ve Yeşildere bölgesinde ise tahliyeler hızla sürüyor. Erşahin, "Gayrimenkulde değer artışı devam eden İzmir'de yatırım fırsatları da devam ediyor. Kentsel dönüşüm sayesinde gayrimenkul piyasasında yaşanan bu hareketliliğin önümüzdeki dönemde de devam edeceğini düşünüyoruz" diyor.

Sadece bir arma değil!

69 yıllık akademik birikimle yetişen,
çok yönlü, çağdaş ve dengeli, Atatürk ilkelerine bağlı
aydınlık nesillerin yarınlara taşıdığı **köklü miras**.

İTK 1950

İzmir Özel Türk Koleji

Konak Bahattin Tatış Kampüsü | Büyükçiğli Kampüsü | Marmaris K.E.V. Kampüsü | Bornova Kampüsü | Manisa Kampüsü

www.ozelturkkoleji.com /ozelturkkoleji

Yerli turistin kalesi: Çeşme

Turizm açısından en dolu sezonlarından birisini yaşayan Çeşme, geçen yıla oranla turist sayısında yüzde 15 artış yaşadı. 2019 yılında bu rakamın üzerine çıkmak için çalışmalarını sürdüren Çeşme Belediyesi, kentin sağlık turizmine ve turizm kapasitesine katkıda bulunacak termal kür ve tedavi merkezine destek veriyor. Yaklaşık 90 dönümlük bir arazi üzerine 40 milyon dolarlık bir yatırımla hayata geçecek projede aquapark, yüzme havuzu, otel ve kapsamlı spor alanları yer alıyor. Türkiye'de yaşanan kriz ortamlarından en az etkilenen bölgelerin başında Çeşme'nin geldiğini ifade eden Belediye Başkanı Muhittin Dalgıç, "Bunun en önemli sebebi Çeşme'nin dışa bağımlı olmayan iç turizmde güçlü bir yapıya sahip olmasıdır" diyor.

Çeşme Belediyesi, '9 Durak 9 Deneyim' sloganıyla hayata geçirdiği festivallerle, sadece 3 ay değil 12 ay yaşanan bir bölge yaratmayı başardı. Alaçatı Ot Festivali başta olmak üzere, bölgelerin kendine özgü niteliklerini yerli ve yabancı turistlere sunan belediye, festivallerin dışında kış aylarında termal turizmi geliştirmek için önemli adımlar atıyor.

"Düzenlediğimiz festivaller yaz sezonu yoğunluğunda değil. Sezon dışı dönemlerde gerçekleştirerek sezonumuzu 12 aya uzattık" diyen Çeşme Belediye Başkanı Muhittin Dalgıç, hayata geçirdikleri projelerin yansımalarından turizm sektöründeki gelişmelere kadar birçok konuda sorularımızı yanıtladı:

Çeşme ekonomisine hangi sektörler yön veriyor?

Çeşme yıllardır ilçe olmasına karşın turizmde iller hatta bölgelerle yarışan bir marka değerine sahip. Dolayısıyla ilçe ekonomisinin lokomotifi de turizm. Çok yoğun geçen bir yaz sezonu ve sezon dışında gerçekleştirdiğimiz ve '9 Durak 9 Deneyim' sloganıyla yola çıktığımız 9 ayrı bölgede gerçekleştirilen festivallerimiz var. Bu festivallerle birlikte 12 ay yaşayan/yaşanan bir Çeşme var. Popüler bir ilçe olmasıyla birlikte ciddi bir inşaat ekonomisi ve gayrimenkul katma değeri de bulunuyor.

Turizm sektörü, son yıllarda oldukça zor bir dönem yaşadı. Turizmin önemli duraklarından Çeşme, 2018 turizm sezonunu nasıl kapattı? 2019'dan beklentiler ne yönde?

Çeşme, ülkemizde yaşanan kriz ortamlarından en az etkilenen bölgelerin başında geliyor. Bunun çeşitli sebepleri var elbette. Ama en önemlisi dışa bağımlı olmayan iç turizmde güçlü bir yapıya sahip olmasından kaynaklanıyor. Asayiş açısından sakin geçen yaz sezonu, otelciler içinse gecelik milyonları aşan bir konaklama oranı var. Turizm açısından en dolu sezonlarından birisini yaşayan Çeşme, geçen yıla oranla yüzde 15 artış yaşadı. 2019 yılında da bu rakamları yakalayıp aşacağımıza inanıyorum. Geçtiğimiz yıl yabancı turist konaklama sayımızda da artış oldu. Yurtdışı turizm fuarlarına mümkün oldukça katılmaya çalışıyoruz. İnanıyoruz ki gelecek yıl yabancı turist sayısı da 2018 yılını aşacak.

Turizmde uzun süredir 'sezonu 12 aya çıkarma' söylemleri konuşuluyor. Belediye olarak turizm sezonunu uzatmak adına ne tür çalışmalar yürütüyorsunuz?

Çeşme 9 bölgeden oluşuyor. Bu sebeple '9 Durak 9 Deneyim' sloganıyla her bölgenin sahip olduğu güzellikleri ön plana çıkaran festivaller yapıyoruz. Alaçatı Ot Festivali gibi diğer bölgelerimizin kendine özgü niteliklerini ziyaretçilerimize sunuyoruz. Bu festivalleri

yaz sezonu yoğunluğunda değil, sezon dışı dönemlerde gerçekleştirdiğimiz için sezonumuzu 12 aya uzattık. Festivallerin dışında termal turizm ile kış turizmi için de önemli adımlar attık.

Termal turizm konusunda hangi adımlar atıldı? Belediyenin de ortağı olduğu TETUSA'da gelinen son durum hakkında bilgi verir misiniz?

Kentin sağlık turizmi hedefine katkı koymak ve turizm kapasitesini artırmak amacıyla planlanan termal kür ve tedavi merkezi için proje çalışmaları sürüyor. Yaklaşık 90 dönümlük bir arazi üzerine 40 milyon dolarlık bir yatırımla aquapark, yüzme havuzu, otel ve kapsamlı spor alanlarının yer aldığı bir yatırım söz konusu. Projenin aquapark kısmı tamamlanarak hizmet vermeye başladı.

Çeşme turizmde olduğu kadar gayrimenkul alanında da gözde. Bölgedeki gelişme ve yatırımlar hakkında bilgi verir misiniz?

Çeşme konut piyasasında son bir ayda satılan konut fiyatları yüzde 1,24 artış göstermiş durumda. İlçe ortalaması metrekare fiyatı 5 bin 570 TL olurken, 2018 yılı içerisinde satın alınan 100 metrekarelik bir konutun ortalama fiyatı 417.719 - 696.200 TL oldu. Bu rakamlara göre 5 yıllık dönemde yüzde 74, 3 yıllık yüzde 26, bir aylık süreçte ise yüzde 1,24 yükseliş görülüyor. Bu yükselen grafiklerle birlikte ülkemizin ünlü ve büyük inşaat firmaları da Çeşme'ye

adeta birbirleriyle yarışırcasına turistik tesisler kazandırmaya devam ediyor.

Turizm dışında kent ekonomisine yön veren sektörler var mı? Çeşme'nin geleceğini nerede görüyorsunuz?

Gerçekleştirdiğimiz festivallerde bölgelerin öz kültüründe olan özellikleri ön plana çıkarıyoruz. Ovacık'ta sakız koyunu yetiştiriciliğini desteklerken, Germiyan'ın yüzyıllardır var olan ekşi maya ekmeği ve geleneklerini, Ildırı'nın tarihini, Çiftlik'in sakız ağaçlarını, Alaçatı'nın gastronomisini destekleyen Ot Festivali gibi projeler bunlar. Festival kapsamında gelecek kuşakların bu öz değerlerine sahip çıkarak sürekliliğini sağlamak, yeni sektörleri de ortaya çıkarıyor. Restoranlar, kafeler, tarım ve hayvancılık, balıkçılık gibi mesleklerin de bu kapsamda değiştiğini, geliştiğini söyleyebiliriz. Küçük otellerin yanında büyük tesislerin kurulmasıyla yeni iş alanları yaratılıyor, istihdam sağlanıyor. Bu meslekler her ne kadar turizm çatısı altında görülse de daha nitelikli personel ve materyallerle başlı başına farklı bir soluk getiriyor, daha iyi hizmet üretiliyor. Ülke turizminde en önemli destinasyonların başında gelen Çeşme'nin geleceği yine turizmle şekillenecek.

Son dönemde '500 TL'lik pizza' tarzı haberlerle Çeşme'ye yönelik fiyat odaklı eleştiriler yapılıyor. Bunları nasıl değerlendiriyorsunuz?

Öncelikle ülkemizde serbest piyasa ekonomisi var. Belediye olarak menüde yazan fiyat tarifesinin uygulanması dışında bizim müdahale edeceğimiz bir durum değil. Basında çıkan haberleri görüyorum. Nitelikli ürünlerle belirli bir kesime hitap eden bu tarz yiyecekler yapılıyor. Ama bunların sayısı birkaçı geçmez. Her zevke ve her bütçeye uygun alternatifler de bulunuyor. Dolayısıyla sizin ne yediğiniz ve ne istediğinizle şekillenen bir bütçeleme var.

"YENİ PROJELER İÇİN ADAYIM"

31 Mart 2019'da Türkiye yerel seçimler için sandığa gidiyor. Adaylıkla ilgili düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Çeşme Belediye Başkanı olarak ilk 5 yılımızı Alaçatı'da yaptığımızın aynısı olan planlama ile geçirdik. Şimdi faaliyete geçme zamanımız geldi. Ayrıca yeni dönemde çok sayıda proje için hazırlıklarımız sürüyor. Seçim öncesi birçok aday söylenir, konuşulur ama bir kişi ipi göğüsler. Aday çokluğu olması parti içi demokrasiyi gösteriyor. Biz yolumuza devam ediyoruz. Sandıktan da alnımızın akıyla çıkacağımızdan en ufak bir şüphe taşımıyoruz.

ERASLAN ORTAOKULU

Bir Adım İleri

Akademik temellerin ölçülebilir başarıya dönüştüğü Eraslan Ortaokulunda, öğrenciler bireysel gelişimlerine uygun seviye sınıflarında eğitim alırlar. Her hafta katıldıkları Bireysel Alan Sınavları ile kazanımları ölçülen öğrenciler, yıl boyunca seviye sınıfları arasında geçiş yaparlar.

Bu sayede akademik gelişimlerini doğal ve sürdürülebilir bir başarıya dönüştüren Eraslan öğrencileri, ortaokulda bir adım ileriye geçerler.

İKİ DİLDE OKUL YAŞANTISI

Bilingual Bireyler

Akademik kazanımlarını İngilizce ve Türkçe olarak iki dilde alan Eraslanlılar, ortaokulda haftada iki saat İngilizce matematik derslerine katılırlar.

Bilim okuryazarlığında uluslararası geçerliliği olan İngilizce'yi, akademisyenlerle bir arada geliştirdiğimiz **BILINGUAL LEARNERS** programıyla en üst seviyede edinen öğrencilerimiz, uluslararası yarışmalara katılır, ortaokulda bilimsel makale yazma çalışmaları yaparlar.

ERASLANOKULU

GİRİŞ SINAVI

16 ŞUBAT CUMARTESİ

Başvuru ve bilgi için

www.**eraslan**.k12.tr

ULUSAL SINAVLARDA REKABETİ BELİRLEYEN ÖĞRENCİLER

Liseye Geçiş Sınavı (LGS) hazırlıklarına eğitim-öğretim dönemi öncesinde başlayan Eraslan öğrencileri, yıl boyunca katıldıkları hafta sonu kursları ile kazanımlarını pekiştirir, ders öğretmenleriyle belirledikleri saatlerde birebir çalışmalar yaparlar. Kazanımlarını donanıma çeviren öğrenciler, liseye hazırbulunuşluğu yerinde bir başlangıç yaparlar.

2018 yılı Liseye Geçiş Sınavlarında %46'sı Türkiye genelinde %1'lik, tümü ise %10'luk dilimde yer alan öğrencilerimiz, başarıya yürüdükleri yolda rekabeti kendileri belirlerler.

Biliyor muydunuz?

Eraslan öğrencileri her gün sınıflarını kendileri temizliyor, paylaştıkları ortak alanların düzenini sağladıktan sonra okuldan ayrılıyorlar.

Eraslan öğrencileri okul genelinde enerji kullanımını kontrol ederek fazla tüketimin önüne geçiyorlar. Inspector Ravens ve Team Bolt takımları yıl boyunca her gün düzenli olarak enerji tüketimi kontrolü yapıyorlar.

ERASLANOKULU

2040 sokak. No:142 Mavişehir / İZMİR

0 232 325 99 66

Belediyecilikte ‘Karşıyaka farkı’

Ulusal ve uluslararası düzeyde aldıkları 40’a yakın ödülün tarihe yazıldığını söyleyen Karşıyaka Belediye Başkanı Hüseyin Mutlu Akpınar, son 5 yılda gerçekleştirdikleri çalışmalarla geleceğe dair bir vizyon ortaya koyduklarını söyledi. Çeşitli girişimler ve kooperatiflerle ilçe ekonomisini canlandırdıklarını belirten Başkan Akpınar, müteahhitlere ‘Yaptığınız her daire için iki ağaç dikeceksiniz. Yoksa ruhsat alamazsınız’ diyerek Karşıyaka farkını ortaya koyduklarını ifade ediyor.

Karşıyaka’nın potansiyelinin gelecek adına büyük umutlar taşıdığını söyleyen Belediye Başkanı Hüseyin Mutlu Akpınar, ilçenin bunun için akılcı politikalar ve uygulamalar beklediğini belirtiyor. Belediye olarak 5 yıl içinde gerçekleştirilen çalışmalarla geleceğe dair bir vizyon ortaya koyduklarını ve bunun önsözünü yazdıklarını ifade eden Başkan Akpınar, “Eğitim ve bilim, spor, kültür ve sanat kenti diyerek geleceği işaret ediyoruz” diyor. Akpınar, sorularımızı şöyle yanıtladı.

Karşıyaka Belediyesi’nin 5 yıllık performansını değerlendirir misiniz?

Özellikle ilçe belediyelerinin içinde yaşadığı durum, artık gizlenemez ve göz ardı edilemez olumsuzlukta. Bütçe ile hizmet harcamaları arasındaki makas giderek açılmış, kaynak bulma ve yaratma olanakları kısıtlanmış, hak-sorumluluk-yetki dengesi her düzenlemede ilçe belediyeleri aleyhine bozulmuş bir ortamda, ideallerimize, hayallerimize ve ilçemizin ihtiyaçlarına karşılık bulma uğraşı veriyoruz. Büyükşehir ya da merkezi hükümetin ilgi, yetki ve sorumluluğunu ilgilendiren konularda, hemşerilerimizin şikayetleri bizim üstümüzden oluyor ve haksız eleştiri ya da suçlamaların odağında görülüyoruz. Bunlara rağmen, tutarlı stratejik planıyla, vaatleri sözde bırakmayan siyasi sorumluluğuyla, şeffaf bütçe yönetimiyle, kamu yararını her şeyden öncelikli gören politikasıyla ve şu kısa sürede ‘rol model’ oluşturan sosyal sorumluluk bilinciyle, Karşıyaka Belediyesi takdir edilmesi gereken bir performans gösterdi. Ulusal ve uluslararası düzeyde aldığımız, saygınlıkları ve değerleri tartışılamaz 40’a yakın ödül, tarihe yazıldı.

İzmir ekonomisinde Karşıyaka’nın yeri ve katkısı hakkında bilgi verir misiniz? İlçenin geleceğini nerede görüyorsunuz?

Bugün Karşıyaka, övüncümüz Çarşı başta olmak üzere, hizmet sektörü yoğunluklu bir ekonomik panoramaya sahiptir. Ancak ilçemizin potansiyeli, gelecek adına büyük umutlar taşıyor. Akılcı politikalar ve uygulamalar bekliyor. Karşıyaka Belediyesi, 5 yıl içinde gerçekleştirdiği çalışmalarla, geleceğe dair bir vizyon ortaya koydu, bunun ön sözünü yazdı. ‘Eğitim ve Bilim Kenti Karşıyaka’, ‘Spor Kenti Karşıyaka’, ‘Kültür ve Sanat Kenti Karşıyaka’ derken, aslında geleceği işaret ediyoruz. İlçemizde üniversite bağlantılı kurumsallaşmalar için uğraşıp, eğitim alanındaki karşılığını daha ilk adımda, öncülüğünü yaptığımız ‘Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi’ ile gördük. ‘Karşıyaka’nın Filizleri’ salt bir sosyal sorumluluk projesi değil, bu

DÜNYA'YI MARS'A BAĞLIYORUZ

NORM HOLDİNG

NORM ÇİVATA · NORM SOMUN · NORM SALİHLİ · NORM BURSA · nedu KALIP · UYSAL MAKİNA · MS VİDA

best kale cıvata makine ticaret ve sanayi anonim şirketi · NORM GmbH · NORM NFSP FULL SERVICE PROVIDER · NRM MÜHENDİSLİK MAKİNA A.Ş. · NORM FASTENERS CO. · STD çözümün bir parçası · VISSART EUROPE

www.normholding.com

bağlamdaki algıya dair bir efekt oluşturma çabası. Kısa sürede yedi anaokulu açmamız, İsmail Hakkı Tonguç Gençlik Eğitim Merkezi'ndeki çalışmalarımız 'Bilim Müzemiz', Türkiye'de bir ilk olan 'Evrensel Değerler Müzesi ve Eğitim Kampüsü'müz ve öteki çalışmalarımız bu anlamda değerlendirilmeli. Yüz yılı aşmış ve hepimizin övüncü olan KSK ruhundan güç alarak, yüzmeden okçuluğa, deniz sporlarından ekstrem sporlara uzanan tesisleşme, organizasyon ve kurumsallaşmaların gerekçesi, 'Spor Kenti Karşıyaka' algısı ve vizyonu açısından değerlendirilmeli.

Türkiye'de bir ilçe belediyesinin kurduğu ilk oda orkestrası olan KODA, her türlü sanat etkinliğine elverişli kültür-sanat merkezleri, Belediye Tiyatrosu, tüm yıla yayılan sanatsal etkinlikler, kurslar, buluşmalar, Karşıyaka'nın hedefini çok iyi anlatıyor. Bunların yanında iklimi ve dağından denizine coğrafya olanaklarıyla, ilçemizin bir film platosu olduğunu biliyoruz. 'Bilge Çınarlar Yaş Alma Merkezi'mizle ilçemizin bu anlamdaki potansiyelini test ediyor, Karşıyaka bir 'Uluslararası Yaş Alma Merkezi' olabilir mi diye düşünüyoruz. Eşsiz zenginliğimiz olan denizimiz, bize su sporlarından balıkçılığa büyük esinler veriyor, hazırlıklarımızı yapıyoruz. Karşıyaka'da fabrika dumanları yükselmeyecek. Karşıyaka'da insanı insan yapan değerler karşılık bulacak, yalnızca kendisi için değil, ülkesi ve yeryüzü için bir çekim merkezi oluşturacak.

Gayrimenkul sektöründe hareketlilik yaşayan Karşıyaka, 'kentsel dönüşüm' anlamında ne durumda? Belediye olarak bu alanda neler yapıyorsunuz?

Ben 'kentsel dönüşüm' deyince, tarihe, coğrafyaya, doğaya, kente, insana ve o kentin birikimlerine saygının gözetilmesini istiyorum. Ne dönüşümü, neye göre dönüşüm, nasıl bir dönüşüm? Bence tanımın kendisi yanlış, gerekçeleri de bir türlü net biçimde anlatılamadı. Uygulamalar da bunu yeterince kanıtlamış durumda. Salt 'yık-yenisini yap' mantığına sığınan bir dönüşümün, hiçbir işe yaramayacağına inanıyorum. Elbette insanlar güvenli binalarda yaşamalı. TOKİ mantığıyla yürüyen bu sürece itirazlarım var. Burada ilçe yerel yönetiminin yürürlükteki yasa ve mevzuat açısından yaptırımları yok. Ben bu gidişata, hemşerilerimi 'Üç kuruşa tarihinizi, anılarınızı, duruşunuzu satmayın, yitirmeyin' diye uyarmaktan öteye gidemem, onu da inatla ve ısrarla yerine getiriyorum. Ama bir Karşıyaka farkı olarak müteahhitlere, 'yaptığınız her daire için iki ağaç dikeceksiniz. Yoksa ruhsat alamazsınız' diyoruz. 'Kentsel Dönüşüm Ormanı' onların büyük destekleriyle Türkiye'de bir ilk olarak Karşıyaka'da hızla büyüyor.

Yenilenebilir enerji noktasında Karşıyaka Belediyesi'nin yürüttüğü projeler hakkında bilgi verebilir misiniz?

Doğaya ve çevreye titizliğimizle klasik belediyecilik hizmetlerinin ötesine geçtik. Bu tavrımız, karbon ayak izlerimizi asgari düzeye indirme çabalarımızla da sürüyor. Yürümeyi, toplu taşım araçlarını kullanmayı, bisiklet kullanmayı yüreklendiren çalışmalar yapıyoruz. Türkiye'nin ilk bisiklet örgütlenmesi Karşıyaka'da. Kullanılmış pil ve atık yağ toplamak için çağrı yapıyor ve karşılığını çocuklarımızdan ve özellikle kadınlarımızdan alıyoruz. Kullanılmış eşyaları topluyor, takas şenlikleri düzenliyor, hiçbir eşyanın ve atığın heba olmamasını, çöp olarak görülmemesini sağlıyoruz. Çevreye demokratik bir pencereden bakıyor, alternatif çözümlerle yardımcı olmayı kışkırtıyor, örnek oluyoruz. 'Güneş Tarlası' bunun tipik bir örneği. Bölgemizin en büyüğü olan ve sürekli geliştirdiğimiz bu yatırım sayesinde, belediyemize ait birçok binamızın enerjisini oradan karşılıyoruz.

Girişimcilik ekosistemine de önemli katkılarınız var. Bu alanda ne tür çalışmalar yürütüyorsunuz? Hedefleriniz neler?

Karşıyaka Belediyesi, ilçesinin en büyük demokratik kitle örgütü olma bilinciyle çalışıyor. Hiçbir semtinde hiçbir hemşerisi, kendini yalnız, ihmal edilmiş, çaresiz hissedemez. Olanaklarımız ve koşullarımız nereye kadar uzanıyorsa, orada hayatlara dokunuruz. 'Üretici Kadın Kooperatifi' ile kadınlarımız özgürlük, bağımsızlık, üretim ve istihdam olanağı sağlıyor. Roman hemşerilerimiz, Türkiye'nin ilk 'Roman Kooperatifi' sayesinde ekmeğini kazanıyor. Öncülük yapmamız sayesinde, Türkiye'de ilk kez 'Fırın İşçileri Derneği' kuruldu. 'Balköy' girişimimizle köylümüzün, ucuz ve sağlıklı ürünleri kapsayan 'Kent Gıda Marketleri' zinciri sayesinde hemşerilerimizin yanındayız ve ulaştığımız sonuçların sevinçlerini yaşıyoruz. Meslek edindirme kurslarımız sayesinde, birçok hemşerimiz şimdi bir iş sahibi. Hedefimiz, şu kısa sürede elde ettiğimiz sonuçların deneyimiyle, bilimsel ve sağlıklı bir tarama gerçekleştirip, tüm kesimlere ulaşmak.

Son olarak, İzmir Büyükşehir Belediyesi adaylığı için isminiz geçiyor. Adaylıkla ilgili düşüncelerinizi öğrenebilir miyiz?

Bunu, kişisel bir onur olarak görüyorum. Ben çocuk yaşlardan bu güne, bir CHP neferi olarak geldim. Her aşamada, kişisel duruşumla partimin öngörülerini harmanlayarak yürüdüm. Bana nerede bir görev verdiyse orada oldum ve gereğini yapmak için çabaladım. Şu anda Karşıyaka Belediye Başkanı olarak, aynı tutarlık ve kararlıkla çalışıyorum. Siyasette yalnız sizin kararlarınız belirleyici olamaz. Ben İzmir'e ve Karşıyaka'ya çok şey borçluyum. Ekmeğimi, suyumu ve geleceğimi bu kent belirledi. Bu bilinçle, hiçbir şeye ödün vermeden ve boyun eğmeden bugünlere geldim. Deneyimimi, birikimlerimi ve duruşumu kimseyle tartışmam. Türkiye Cumhuriyeti değerlerine sarsılmaz bağlılığımla, CHP'li duruşumla ve yaptığım işlerle ortadayım. Bütün bunlar beni nereye götürecekse, ben oraya Türkiye Cumhuriyeti değerlerimle, duruşumla, iddia ve hayallerimle gider, gereğini de yaparım.

allways

MNA-CA®

molly malone's

park 414

park allways

Ci Group'un başarısının sırrı

DOĞRU TAKIM

Doğru Yönetim

38 yıldır;

yurt içi ve yurt dışında yaptığımız yatırımlarla hizmet verdiğimiz 10 farklı sektöre güç katıyor, ekonomiye ve istihdama katkı sağlıyoruz.

Cİ GROUP

“Folkart’tan İzmir’e yeni bir yıldız geliyor”

Folkart Yapı, İzmir’de 850 milyon liralık yatırımla Folkart Vega projesine başladı. Folkart Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Mesut Sancak, “İzmir’de yatırımlarımıza devam ediyoruz. İzmir’in merkezinde, Alsancak ile Halkapınar arasında İzmir Körfezi’nin tam karşısında yer alan Folkart Vega, şehrin yeni yıldızı olacak” diyor.

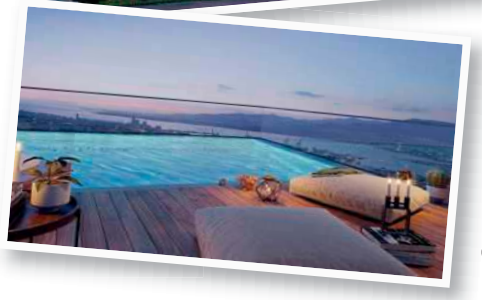
Kurulduğu 2006’dan bu yana 4 milyar liralık yatırımla 3 bin 827 konutu sahiplerine teslim eden Folkart Yapı, İzmir’de büyümesini sürdürüyor. 850 milyon TL yatırımla Vega projesine başlayan Folkart Yapı, bir yandan İzmir’e markalı konutlar kazandırırken, bir yandan da kentsel dönüşümde önemli adımlar atıyor. Folkart Vega’nın bugüne dek hayata geçirdiği en özel projelerden biri olduğunu söyleyen Folkart Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Mesut Sancak, sektördeki gelişmelerden yeni yatırımlara kadar birçok konuda sorularımızı şöyle yanıtladı:

Folkart’ın 2018’deki yatırım performansı ve tamamlanan projeler hakkında bir değerlendirme yapar mısınız?

İstikrarlı bir çizgiyle, büyümemizi güçlenerek sürdürdük. Yatırımları İzmir’de yoğunlaşmış, sektöründe liderlik ve öncülük yapan bir yapı şirketi olarak, kentimizin geleceğinin çok parlak olduğuna inanıyoruz. Saya Grup’un aktif bir parçası olan Folkart, İzmir’de doğan, şehre çok değer veren, geleceğini burada planlayan bir şirket. Yenilikçi yapı projelerimizle, aslında tüm yatırımcılar için İzmir’de çok iyi bir örnek oluşturuyoruz. 2017 yılında Folkart Life Bornova ve Folkart Blu Çeşme’yi teslim ettik. 2017 yılında 11 projeyi bir arada başarıyla sürdürdük. Folkart, 2016 yılına göre yüzde 35 oranında bir büyüme gösterdi. Sektörle karşılaştırma yaptığımızda, çok olumlu bir rakam. Hedeflerimizi gerçekleştirdik. 2018 yılı için daha büyük hedefler koyduk. Çeşme’deki projelerimizden Folkart Hills Çeşme, Folkart Ardıç Çeşme, Folkart Ilıca Çeşme’yi 2018 yılında tamamladık. Folkart Time projesini de yine söz verdiğimiz gibi tamamlayarak, anahtar teslimlerine başladık.

Yeni projeniz Folkart Vega hakkında bilgi verir misiniz?

Çok güzel bir proje ortaya çıkacak. Adını Lir takımyıldızında, mavi ışık saçan en parlak yıldızdan alan Folkart Vega, İzmir’in merkezinde Alsancak ile Halkapınar arasında İzmir Körfezi’nin tam karşısında yer alıyor. 843 konut ve rezidans ile 53 ticari birimden oluşuyor. Biz İzmir’in eşsiz bir şehir olduğuna inanıyoruz. Bu nedenle Vega’nın lansmanını, ‘Yıldızlar kadar parlak, İzmir kadar eşsiz’ söylemiyle gerçekleştirdik. Tam 850 milyon TL yatırım değerindeki bu yeni projemiz, İzmir’in yeni yıldızı olacak. Bize göre, güzel İzmir, çok sayıda nedenle Türkiye’nin en çok değerlenen, en ayrıcalıklı şehirlerinin başında geliyor. Folkart Vega da, bizim bugüne dek hayata geçirdiğimiz en özel projelerden biri. Yatırımlarımız sürecek ve Folkart Vega şehrimizin yeni yıldızı olacak.



Folkart’ın kentsel dönüşüm alanındaki projeleri ve yatırım stratejisi hakkında neler söylersiniz?

Kentsel dönüşümün ülkemizin geleceği açısından hayati önem taşıdığına inanıyoruz. Toplumumuzun çok daha iyi imkanlarda yaşaması için kentsel dönüşüm gerekli. Biz de kentsel dönüşümde önde gelen markalardan birisi olmak istiyoruz. 2018 yılında tamamladığımız kentsel dönüşüm projesi, İzmir Büyükşehir Belediyesi’nin Uzundere Kentsel Dönüşüm Alanı’nda başlattığı proje oldu. LivaHome projemizi de 2018 yılının Ağustos ayında teslim ettik. Kentsel dönüşümde Uzundere’de Folkart Line ve

EN GÜVENİLİR YAŞAM MARKASI

İzmir’de inşa ettiği modern ve yenilikçi yaşam alanlarıyla dikkat çeken Folkart, en çok güvenilen, en çok bilinen ve en çok tavsiye edilen şirket oldu. Color Araştırma Şirketi tarafından yaklaşık bin kişiyle yapılan görüşmeler ışığında hazırlanan ‘Marka Bilinirliği ve Algısı Araştırması’na göre Folkart’ın marka bilinirliği yüzde 95,5’ten yüzde 97,3’e ulaştı. Aynı araştırma verilerine göre Folkart’ın güvenilirliği yüzde 92.2 olarak ölçümlendi. Folkart’ın ‘Tavsiye Edilme’ oranı ise yüzde 90 olarak belirlendi.

Karşıyaka'da ise Folkart Yaka Evleri projelerimizde inşaat çalışmalarımız devam ediyor.

Şu anda devam eden kaç projeniz var? Bunların yatırım büyüklükleri ne kadar?

Folkart Vega 843 konut ile 57 ticari birimden oluşuyor ve Alsancak-Halkapınar arasında yükselecek. Bornova'daki Folkart Incity'de 700 daire ve 42 ticari alan yer alıyor. Karabağlar'daki kentsel dönüşüm projemiz Folkart Line, 422 konut ve 40 işyerinin bulunduğu bir proje. Folkart Yaka Evleri de kentsel dönüşüm projemiz ve 130 konut ile 13 ticari alanla Karşıyaka'da yükseliyor. 2019'de hayata geçireceğimiz Folkart Reisdere-Alaçatı Çeşme'de ise villalar ve ticari alanlar bulunacak. Söz konusu alanda projelendirme çalışmaları devam ediyor. Folkart Boyalık Çeşme projesinde de inşaat çalışmalarımız devam ediyor.

Ekonomide yaşanan olumsuz gelişmelerin İzmir'de gayrimenkul sektörüne yansımaları ne şekilde oldu? Yatırım hızı devam ediyor mu?

Ekonomide yaşanan olumsuz gelişmeler, devletimizin müdahalesi ile etkisini artıramadı. Özellikle döviz kuru yükselmelerinin önüne geçildi. İzmir'de ise biz yatırımlarımıza devam ediyoruz. Folkart Vega bunun en güzel örneği. Biz kendimize, güzel ve büyük Türkiye'ye, İzmir'e inanıyor ve güveniyoruz. Türkiye'nin, tüm kurumları ve stratejileriyle, hızlı ve güçlü politikalarıyla, ekonomik hedeflerinde ilerleyeceğine inanıyoruz.

Son 5 yılda İzmir'de hayata geçirdiğiniz yatırım tutarı ne kadar oldu? Önümüzdeki 5 yılda kendinizi nerede konumlandırıyorsunuz?

Folkart 2006 yılında kuruldu. Bugüne kadar 11 proje tamamladık. 3 bin 827 adet konutu sahiplerine teslim ettik. İnşaatını tamamladığımız projelerimizin toplam yatırım değeri 4 milyar lira civarında. İnşaatına devam ettiğimiz ve proje safhasında bulunan projelerimizle birlikte bu rakam daha da yükselecek.

Konut talebi daha çok İzmir'den mi? Başka illerden de talep alıyor musunuz?

Projelerimiz İzmir ağırlıklı olmakla beraber, özellikle İstanbul'dan çok ciddi talep görüyoruz. Bunun yanı sıra başka birçok kentten de Folkart'a olan güven nedeniyle talep geliyor. Son dönemde yurtdışından da yoğun ilgi var. Avrupa ve Körfez ülkelerinden toplanan somut satın alma talepleri de artış gösteriyor.

"EN KÂRLISI İZMİR OLUR"

Mesut Sancak, yüzde 95'lik bölümü tamamlanan 'Gebze-Orhangazi-İzmir Otoyolu'nun İzmir için yeni bir ufuk açacağını söylüyor. Otoyolun bitimiyle birlikte İstanbul, Kocaeli, Yalova, Çanakkale, Balıkesir, İzmir ve Bursa gibi iller arasında yüksek seviyede ekonomik ilişkilerin gündeme geleceğini belirtiyor. "Bu süreçten en karlı çıkacak şehir, yine İzmir olacak" diyen Mesut Sancak, İzmir'in artık Türkiye'nin simge şehri olduğunu vurgulayarak şöyle konuşuyor: Yakın çevrenize baktığınızda, çok sayıda beyaz yakalının İstanbul'dan yeniden İzmir'e döndüğünü görebilirsiniz. Çünkü artık sıkışan İstanbul'dan uzaklaşmak isteyen ve yeni bir yaşam kalitesinin hayalini kuran insanlar, İzmir'e göç etmeye başladı. İzmir'e tersine bir beyin göçü başladı. Bu durumu iyi yönetmek hepimizin görevi."

Projeleriniz için ulusal TV'lerde yayınlanan reklamlarda hep bir İzmir vurgusu yapıyorsunuz. Bunun özel bir nedeni var mı?

Projenin reklam filmini ünlü yönetmen Hazım Başaran çekti. Kreatif direktörlüğünü Yirmibirgram gerçekleştirdi. Kurulduğumuz günden bu yana reklam filmlerimizde İzmir vurgusu sürekli olarak yer alıyor. İzmir'i çok seviyoruz. Kentimizin güzelliklerini herkese anlatmak istiyoruz ve bunu bir görev olarak görüyoruz.

Lise eğitimine yeni bir soluk: Eraslan High

İzmir'de 2019-2020 eğitim ve öğretim yılında lise kademesini açacak olan Eraslan Okulu, Eraslan High ile lise yaşantısına yeni bir soluk getirmeyi amaçlıyor. Analitik Yazı programıyla (Analytical Writing) liseye başlayacak olan Eraslan öğrencileri, Advanced Placement programıyla lisans düzeyinde branş dersleri alacak. İkinci yabancı dil alanında kendisini geliştirmek isteyen öğrencilere AP Almanca ve AP Fransızca dersleri de verilecek.

Bilimi temel alan Eraslan Lisesi'nde yabancı dil kabiliyeti en üst seviyede olan, yüksek donanımlı öğrenciler yetişecek. Okul, akademik başarıyı bir standart haline getirdiği BAS ve GDS uygulamalarıyla öğrencilerinin bireysel gelişimini takip edecek. Öğrencilerin, akademik gelişimlerine uygun seviye sınıflarında eğitim aldığı Eraslan'da, yıl boyunca her hafta uygulanan Bireysel Alan Sınavları (BAS) ile kazanımlar ölçülecek ve öğrenciler yıl boyunca seviye sınıfları arasında geçiş yapacak. Genel Değerlendirme Sınavları (GDS) ile ulusal sıralamalarını gören öğrenciler, bu sayede potansiyellerinin en üstüne çıkabilecek.

LİSANS DÜZEYİNDE BRANŞ DERSİ

Analitik Yazı programıyla (Analytical Writing) liseye başlayacak olan Eraslan öğrencileri, Advanced Placement programıyla lisans düzeyinde branş dersleri alacak. Bu derslerde elde ettikleri başarı ile üniversitede kredi hakkı kazanan öğrenciler, lisans eğitimlerine bir üst seviyedeki derslerden devam edebilecek. İkinci yabancı dil alanında kendisini geliştirmek isteyen öğrenciler AP Almanca ve AP Fransızca dersleri de alabilecek.

ÖĞRENCİLER BİLİMSEL PROJE YÜRÜTECEK

9'uncu ve 10'uncu sınıfta öğrencilerine ekonomi ve uluslararası ilişkiler dersleri sunacak olan Eraslan Okulu, her öğrencinin en az bir bilimsel proje yürütmesini zorunlu tutacak. Eraslan bünyesinde tam zamanlı görev yapan, doktoralı profesyonellerin yer aldığı Bilim Kurulu, öğrencilerin yaptığı projelere önderlik edecek ve uluslararası yarışmalarda onları destekleyecek. Sanat ve spor alanlarında yüksek olanaklar sunan Eraslan'da, öğrenciler yetkinliklerini profesyonel işbirlikçilerle çalışarak geliştirecek. Arkas Spor Kulübü, İzmir Fransız Kültür Merkezi ve Mozart Akademi gibi kurumları bünyesinde bir araya getiren Büyük Akademi, Eraslan Kampüsü'nde lise öğrencilerine yönelik hafta içi okul sonrası ve hafta sonu kursları sunacak.

Nur Canbaz Akman
Eraslan Okulu Eğitim Yöneticisi

ÜNİVERSİTEYE HAZIR MEZUN OLACAKLAR

Yaşamın bir benzeri olarak görülen Eraslan Okulunda bilim, sanat ve sporda ilgi alanları ortak olan öğrenciler, topluluklar halinde bir araya geliyor. Bu topluluklar, toplumsal yaşam kurallarını esas alıyor. Yıl boyunca akademik çalışmalarını aksatmayan, dakik, örnek davranışlara sahip ve sosyal sorumluluk alan öğrenciler, bu topluluklarda yer alıyor. Böylece öğrenciler ilgi duydukları alanlarda kendilerini profesyonel eğitmenlerle geliştirirken, hayatın bütününde yer alan sorumlulukları da yerine getiriyor ve kazandıkları sorumluluk bilinciyle toplumda fark yaratıyor. Eraslan Lisesi'nden mezun olacak öğrenciler, üniversiteye hazır olacak ve yeni eğitimlerine yerinde bir başlangıç yapabilecekler.

molly malone's

Molly bir efsane. 3 asır önce Mary, İrlanda Dublin'de, sokaklarda balık ve midye satan güzel bir genç kız, sokaklarda el arabasıyla ekmeğini kazanmaya çalışırken güzelliği ile herkesi büyülemeyi başarmış, şansız bir kahraman.

Molly Malone's yargılamadan sevmenin sembolüdür.
Kusurları görmezden gelip sevmektir. Molly Malone's içtenliktir.

MOLLY MALONE'S
SİZİ HEM GÜÇLÜ HEM EĞLENCELİ BİR YATIRIMA DAVET EDİYOR.
SİZE ÖZEL FRANCHISE TEKLİFİMİZ İÇİN BİZE ULAŞABİLİRSİNİZ.

/mollymalonestr

0850 304 66 87

2004

Moloz döküm alanıydı...

İzmir'in geleceği

İnciraltı Kent Ormanı

2018

Diktiğimiz 30 bin ağaçla,
cennetten bir köşe oldu.

güvenli ellerde...

izmirbuyuksehirbelediyesi
izmirbuyuksehirbel
izmirbld

İZMİR
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

150.yıl
1868-2018

“İzmir’i geçmişten geleceğe taşıyoruz”

İlginç bir kuruluş hikayesi olan İzmir Özel Türk Koleji, 69 yıldır yetiştirdiği öğrencileri, öğretmenleri, velileri, çalışanları ve mezunlarıyla büyük bir aile. Kuruluş hikayesinde Atatürk’ün eşi Latife Hanım’ın da ismi geçen okul, Haluk Bilginer’den Meltem Cumbul’a, Erdal Beşikçioğlu’ndan Gupse Özay’a kadar birçok ünlü ismi de mezun etmiş adeta köklü bir çınar.

İlk özel Türk koleji olarak 1950 yılında kurulan İzmir Özel Türk Koleji, binlerce öğrenciyi mezun etmiş köklü bir kurum. Öğrencileri sadece üniversite hedefiyle yetiştirmiyor. Dersler için var olan müfredatla birlikte, öğrencilerin sosyal becerilerinin de güçlenmesi, en az 2 dil öğrenmesi, bir müzik aleti çalması, spor yapması, bilimsel ve sosyal sorumluluk projelerinde de yer alması hedefiyle eğitim veriyor. İzmir Özel Türk Koleji Yönetim Kurulu Başkanı Oğuz Tatış, öğrencilerin lisede sadece akademik becerilerine yönlendirilerek iyi bir üniversiteye yerleşmelerinin tek hedef olarak belirlenmesinin, iş ve sosyal hayatlarında sorunlar yaşamasına neden olduğunu söylüyor. İyi bir okulun bunları düşünerek öğrencileri için bilimsel temellere dayanan bir program hazırlaması gerektiğini ifade ediyor. Öğrencilerin kendilerini tanımaları, yeteneklerini keşfetmeleri ve özgüvenini geliştirmelerine olanak tanınması gerektiğini söylüyor. İzmir Özel Türk Koleji Yönetim Kurulu Başkanı Oğuz Tatış ile okulu ve gelecek projelerini konuştuk…

İzmir Özel Türk Koleji ne zaman, kim tarafından kuruldu?

İzmir Özel Türk Koleji, babam matematik öğretmeni Bahattin Tatış’ın azmi, cesareti, kabiliyet ve sabrı ile 15 Kasım 1950 tarihinde İzmir Talatpaşa Bulvarı’nda kapılarını öğrencilerine açtı. O zamanlar yabancı Amerikan, Fransız okulları var ama bir Türk Koleji henüz yok. Bir kolej açmak isteyen babam Ankara’ya Maarif Bakanlığı’na gidiyor. Görüşmede zamanın Talim Terbiye Kurulu Başkanı Halit Ziya Kalkancı “Size okul açma izni vereceğim ama okulunuzun ismini ben koyacağım. Okulun ismi İzmir Özel Türk Koleji olacak. Ülkemizde Fransız, Alman ve Amerikan Kolejleri var, neden bir Türk Koleji olmasın? Ve öyle bir okul kuracaksınız ki yabancı özel okullar öğrenci beklerken sizin okulunuzda öğrenciler kayıt için sıra bekleyecek. Sizi böylesine zor bir mücadeleye, milli bir göreve davet ediyorum” diyor. O gün babam, “İşte bana benim düşlerimi anlatıyor” diyerek bu ismi ve görevi alıyor. Bugün İzmir Özel Türk Koleji İzmir, Marmaris ve Manisa illerinde toplam 5 kampüs, 18 okul, 6 anaokul ve Gymboree Play&Music Mavişehir Etkinlik Merkezi ile hizmet veriyor.

Kendinizden ve vizyonunuzdan söz eder misiniz?

İzmir Özel Türk Koleji, 69 yıllık bir okul. Ben de Ege Bölgesi’nin en köklü eğitim kurumunun 2’nci kuşak temsilcisiyim. Orta öğrenimimi İzmir Özel Türk Koleji’nde, lisansüstü öğrenimimi ABD’de tamamladım. Üniversite sonrası İzmir Özel Türk Koleji’nde Müdür Yardımcılığı, 2001-2012 yılları arasında Genel Müdürlük görevlerini üstlendim. 2013 yılında oğlum Yiğit Tatış’a genel müdürlük görevimi devrettikten sonra halen İzmir Özel

Türk Koleji Yönetim Kurulu Başkanı olarak görev yapmaktayım. Kuruluşumuzdaki ilkelerimiz ne ise 69 yıldır bu ilkeler ve vizyon geçerli. Eğitim öğretim sistemimiz sürekli gelişim üzerine kurulmuştur. Bu da her il ve ilçedeki tüm okullarımız için geçerlidir.

Eğimde nasıl bir politika benimsiyorsunuz?

Her şey eğitimle başlar. Eğitim seviyesi ne kadar yüksekse o ülkenin gelişmişlik seviyesi de o kadar yüksektir. Türkiye'de Atatürk'ün bize emanet ettiği inkılaplar doğrultusunda verilen eğitim doğru eğitimdir. Atatürk'ün izinden, o yoldan ilerlendiği sürece pırıl pırıl gençler yetişecek ve gelecek nesiller bizlere umut olacaktır. Biz de bu ilkelerle yeni öğretmenler ve öğrenciler

Oğuz Tatış

yetiştirerek kapasitemizi genişletmeyi düşünüyoruz. İzmir Özel Türk Koleji'nde eğitimin temelleri kurucumuz Bahattin Tatış tarafından atılan ve 7 başlıktan oluşan değerlerden oluşmaktadır. Bu değerler, "Laiklik, Demokrasi ve Atatürk", "Erdem ve Etik" , Doğa ve Çevre Farkındalığı", "Disiplin", "Sanatsal Yaklaşım", "Türk Gelenekleri" ve "Sağlık Kültürü". Günümüzde bu değerler 21'inci yüzyıl becerileri olarak ifade edilen "Öğrenme ve inovasyon, "Enformasyon", "Medya ve teknolojileri", "Hayat ve kariyer" gibi başlıklarla pekiştirilmiştir. Bu çerçeveyle anaokulundan üniversiteye kadar öğrencilerimizi geleceğe hazırlıyoruz.

İTK kültürünü alan öğrenciler, çok küçük yaşlardan itibaren en az 1 yabancı dil bilen, 2'nci yabancı dilde üst düzey dil becerisi kazanmış, en az bir spor ve sanat dalında başarı göstermiş, laik, demokratik ve Atatürkçü, takım oyununa yatkın, öz disiplin sahibi, özgüvenli, doğaya saygılı, sağlığına önem veren ve erdemli bireyler olarak büyürler.

Başka şubeler açmayı düşünüyor musunuz?

İzmir Özel Türk Koleji'ne Ege Bölgesi'nden ve hatta Türkiye'nin dört bir yanından şubeleşme için talepler geliyor. Eğitim sektörü başka sektörlere benzemiyor, 15 yıl boyunca bizde okuyan çocuk, anne ve babasından daha fazla zamanı bizimle geçiriyor. Bu doğrultuda bizim bakış açımız sağlam adımlar ile köklü birikimimizi yarınlara taşımak yönünde. Bunu da franchise vermeden yapıyoruz, çünkü eğitim gibi önemli bir alanda bayilik sisteminin doğru olduğuna inanmıyoruz.

Kuruluş hikayenizde Atatürk'ün eşi Latife Hanım'ın da ismi geçiyor Biraz anlatır mısınız?

İzmir Özel Türk Koleji'nin ideolojisini güçlendiren, önünü açan çok önemli olaylardan bir tanesi, Atatürk'ün Cumhuriyet Dönemi'nde 91 gün kaldığı ve Latife Hanım ile evlendiği köşkün babam tarafından kiralanmasıdır. Babam Latife Hanım'dan köşkü okul açmak için isteyince Latife Hanım, "Köşkte açılacak bir okul Mustafa Kemal Paşa'nın ruhunu şad edecektir. Sizin Atatürk'e yakışır kuşaklar yetiştireceğinize kanaat getirdim. Bu nedenle köşkün size kiralanması uygundur" diyor ve babam Latife Hanım'dan çok büyük bir iltifat alarak kurduğu okulu bugünlere getiriyor. Bu bina, Uşakizade Köşkü adıyla halen yaşayan bir müze olarak bünyemizde İzmirlilerin yoğun ilgisi ile faaliyet gösteriyor.

Bugüne kadar kaç mezun verdiniz? Mezunlarınız arasında tanıdıklarımız var mı?

İzmir Özel Türk Koleji'nin bugüne kadar yetiştirdiği on binlerce mezunu var, 3 kuşak İTK'da yetişen aileler var. İTK'lı olmak; sanatçısından sporcusuna, bilim insanından, akademisyenine on binleri aşkın saygın ve başarılı mezun arasında yerini almaktır. 69 yıllık tarihimizde Türkiye'de sanat, müzik, bilim, spor, akademi gibi birçok alanda başarı göstermiş on binlerce seçkin mezunumuz arasında Meltem Cumbul, Aylin Kontente, Erdal Beşikçioğlu, Duygu Sarışın, Gupse Özay, Volkan Severcan, Pınar Aylin, Mirgün Cabas, Elvin Aydoğdu, Ali Kocatepe, Burak Gacemer, Tamer Levent, Haluk Bilginer, Yeşim Ceren Bozoğlu, Timuçin Şahin, Reyan Tuvi, Uğur Çakı ve Bora Aksu gibi isimler bulunuyor.

Sportif ve sanatsal faaliyetlere destek veriyor musunuz?

Akademik başarı olmazsa olmazımızdır, bununla birlikte öğrencilerimiz akademik donanımın yanı sıra hem sportif hem de sanatsal aktivite konusunda sıkı bir çalışma içerisindelerdir. Biz öğrencilerimizin en az bir sportif ya da sanatsal aktiviteyle ilgilenmesini istiyoruz. Bu çalışmalarımızın ve gayretlerimizin sonuçlarını da gururla almaya devam ediyoruz. Öğrencilerimiz ve öğretmenlerimiz sadece bu ders yılı içinde ulusal ve uluslararası yarışmalarda; 234 bilim, 166 spor ve 43 sanat başarısı olmak üzere toplam 443 başarı elde ettiler. Dünya, Türkiye ve Ege Bölgesi çapında elde ettikleri her derece ile bizleri gururlandırdılar. Şimdi de derslerde olduğu gibi sanat ve spor alanlarında izlenen süreci takip etmek adına teknolojik altyapımızı yükseltiyoruz.

Burs veriyor musunuz?

İzmir Özel Türk Koleji olarak burs olanaklarından yararlanmak isteyen öğrencilere imkan tanıyoruz. İsteyen öğrenciler seviyelerine göre düzenlenen sınavlara katılabilir ve bu sınavda elde ettikleri sonuçlara göre bir üst sınıf için burs olanaklarından yararlanabilirler.

Ege'nin başkenti, yaşayan şehir İzmir!

Ontan İnşaat yurtiçi ve yurtdışı taahhüt işlerinin yanında, başta İzmir olmak üzere insan odaklı gerçekleştirdiği projeleriyle sektörde takip edilen bir vizyon sergiliyor. İşte Ontan İnşaat'ın İzmir'deki 5 önemli projesi...

MODDA PORT

Ön talep toplama aşamasında olan Modda Port, İzmir'de denizi görüp deniz ile iç içe yaşayabileceğiniz, İzmir Körfezi'nin tam ortasında, Konak'ta yer alıyor.

2+1 ve 3+1 daire seçeneklerinden oluşan projede, kapalı otopark, full residence hizmeti, tenis kortu, fitness salonu, özel havuz, house keeping, vale hizmeti, kafeler ve alışveriş mağazaları, araç yıkama, kuru temizleme hizmeti, sizin ve aileniz için en ince detaylarla düşünüldü.

Ön aksında deniz ve körfezi gören proje ile en ön sırada yaşayın!

http://moddaport.com

MODDA BAYRAKLI

Modda Bayraklı, yeşil ve mavi ile iç içe bir yaşam sunuyor. Hep özlemini duyduğunuz gökyüzünü kucaklayan, şaşırtıcı peyzaj düzenlemeleri ile yeşilin her tonunu görebileceğiniz, huzurlu ve ferah bir yaşam şehir merkezinde hayat buldu. 97 Premium daireden oluşan Modda Bayraklı sahipleriyle buluştu.

Yeşil mimarinin 'Altın çağı' başladı!

Çevre ve kullanıcı dostu özellikleriyle ABD Yeşil Bina Konseyi tarafından verilen Leed Gold Sertifikasına aday olan Modda Bayraklı, enerji tasarrufu sağlayan teknolojileri, ısı ve ses yalıtımı, çevreyi, doğal kaynakları ve insan sağlığını koruyan geri dönüşümlü inşaat malzemeleri, doğaya ve çevreye duyarlı ekolojik çözümleri ile yalnızca bugünün değil yarının şartları da düşünülerek tasarlandı.

http://moddabayrakli.com

MODDA BULVAR

Sign of the City Awards 2018 Premium Proje

Bornova'nın çehresini değiştiren Modda Bulvar, sanat merkezi, müzesi, restorantları, kafeleri, yüzme havuzları, spor salonu, tıp merkezi, çocuk oyun alanları,çarşı ve dükkanları ile hayatın ve şehrin tüm renklerini ayağınıza getiriyor.Modda Bulvar'da kendiniz ve sevdikleriniz için aradığınız her şey evinizin altında.

Modern, özgün ve sosyal proje!

Homeros Bulvarı'nı Otogar'a kadar uzatan Buca ile Bornova arasındaki tünel ve yol çalışmalarının bitirilmesi,Buca ve Çevreyolu aksına ulaşım imkanı sağlayacak. Modda Bulvar,emsal proje niteliği değil;Değer projesi olarak İzmir'e sunuldu.1050 konuttan oluşan proje 1+1, 2+1 ve 3+1 dairelerden oluşacak şekilde 3 etaptan oluşmaktadır.

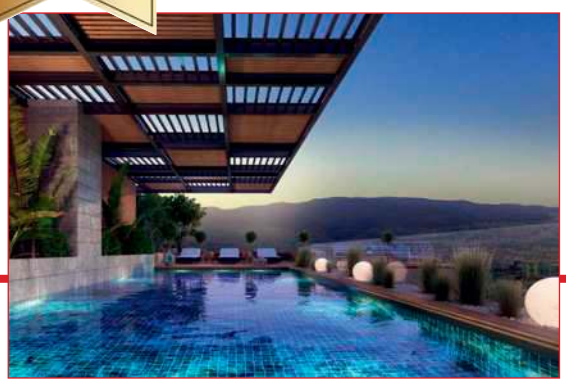
http://www.moddabulvar.com

MODDA SUITES

Modda Suites 2+1 ve 3+1 olmak üzere toplam 72 konuttan oluşuyor. Modda Suites İzmir'in en değerli lokasyonlarından biri olan Bayraklı Ankara Caddesi üzerinde, iş, finans ve alıveriş merkezlerinin tam ortasında yer alıyor. Sade adımlar eşliğinde akışkan bir tasarıma sahip olan Modda Suites, Türkiye'nin en prestijli gayrimenkullerinin belirlendiği ''Sign of The City Awards 2018'' yarışmasında, En İyi Konut Projesi ödülünü aldı. Modda Suites,yaşamın her anında sadeliği ve şıklığı tercih edenler için dizayn edildi. Her şey en az detayla, en verimli ve en şık olacak şekilde düşünüldü. Evinize adım attığınız anda kendinizi sakin ve huzurlu bir hayata ait hissedeceksiniz.Modda Suites'te fazlalıklara yer yok. Teknoloji ve yeşil bilinciyle tasarlanan evlerin mimari özellikleri ayrıntılarında gizli. 24 saat güvenlik, havuz, consierge, vale, çamaşırhane, kuru temizleme,resepsiyon gibi verimli bir konsepti ile Hayatın Kalbindesin. Az mesafe çok yaşam!

http://www.moddasuites.com

Sign of the City Awards 2018 Kazanan Proje



ONTAN BAYRAKLI

Ofis hayatını eğlenceye dönüştüren zengin sosyal olanaklarının yanı sıra kişisel tercihlere göre tasarlanabilir özgün mekanlarıyla, standartları değiştirmenin o kadar da zor olmadığını kanıtlıyor.

Ontan Bayraklı'da ofis yaşamı bir başka!

Mimari konsepti, fark yaratan Ontan yaratıcılığından izler taşıyan proje, yeni ve özgürlükçü bir iş yaşamı anlayışı sunuyor.

http://www.ontanbayrakli.com

“Balçova’da sağlık serbest bölgesi kurulmalı”

İnciraltı’nı işlenmemiş bir elmasa benzeten Balçova Belediye Başkanı Mehmet Ali Çalkaya, “İyi işlenirse dünyanın en değerli mücevheri olabilir. Bu bölgede öncelikle yatırımları kolaylaştırmak için Sağlık Serbest Bölgeleri kurulmalı” diyor.

Emekli ve öğrenci kenti söylemleriyle ön plana çıkan Balçova, sahip olduğu termal kaynaklarla turizmde de iddialı. Termal tedavi merkezleriyle yıllarca sağlık sektöründe lokomotif bir ilçe olan Balçova, tekrar eski günlerine dönmeyi hedefliyor. Balçova Belediye Başkanı Mehmet Ali Çalkaya, yıllarca Balçova Termal Otel’de üst düzey yöneticilik yaptığını hatırlatarak, “Balçova Termal Otel’den ayrıldığım zaman 2 bin civarında yabancı konuk otelde tedavi oluyordu. Norveç ve Danimarka gibi Kuzey Avrupa ülkelerinde en çok rağbet edilen tesis Balçova’ydı. 4-5 milyon dolar cirolar yapılıyordu” diyor ve tekrar o günlere dönmek için çalışma başlatılması gerektiğini söylüyor. Başkan Mehmet Ali Çalkaya ile termal alanda yaşanan sıkıntıdan İnciraltı’nın son durumuna kadar birçok konuyu konuştuk.

Balçova’nın İzmir ve ülke ekonomisindeki yeri ile katkısını değerlendirebilir misiniz?

Balçova emeklilerin ve öğrencilerin yoğunlukla yaşadığı bir kent. Gün içinde kent ekonomisine dinamizm kazandıracak oteller, alışveriş merkezleri, hastaneler gibi farklı sektörlere bağlı işletmeler var. Ancak bizim İzmir ve ülke ekonomisine ekonomik değer katacak çok güçlü bir potansiyelimiz var. Yıllarca termal tedavi merkezleriyle sağlık sektöründe lokomotif olan bir ilçeyiz. Yine deniz kıyısında yatırım için planlanmayı bekleyen milyonlarca metrekare İnciraltı bölgemiz var. Kısaca Balçova’nın çok farklı imkanları var. Balçova’nın var olan potansiyelini ortaya çıkaracak düşüncelerimiz var ancak yetkilerimiz yok.

Bu imkanları biraz açabilir misiniz? İlçenin geleceğini nerede görüyorsunuz? Bu hedefe ulaşmak adına belediye olarak ne tür çalışmalar, yatırımlar yürütüyorsunuz?

Balçova doğal kaynakları ve jeopolitik konumu açısından inanılmaz bir potansiyele sahip. Ancak bu potansiyeli bir türlü kullanamıyoruz. Ben göreve geldiğimde Balçova için turizm, sağlık ve eğitim merkezli bir stratejik planlama hazırladık. Bunun için çalışmalar ve çalıştaylar düzenledik. Eğitim konusunda şu anda iyi bir noktadayız. Balçova artık önemli bir üniversite kenti haline geldi. Biz de yerel yönetim olarak bu eğitim oluşumlarına destek verdik. Eğitimle ilgili potansiyelimiz İnciraltı’nın imara açılmasıyla daha çok artabilir. Turizm ve sağlık konusunda ise ne yazık ki aynı şeyleri söyleyemeyeceğim. Bu konuda çok net konuşabiliyorum çünkü yıllarca Balçova Termal Otel gibi büyük turizm işletmelerinde üst düzey yöneticilik yaptım. Ben Balçova Termal Otel’den ayrıldığım zaman 2 bin civarında yabancı konuk otelde tedavi oluyordu. Norveç ve Danimarka gibi Kuzey Avrupa ülkelerinde en çok rağbet edilen tesis Balçova tesisleriydi. 4-5 milyon dolar cirolar yapılıyordu. Ancak son yıllarda bir tane yabancı turist gelmez oldu. Tesis adeta çürümeye terk edildi. Bu mantıkla turizmi geliştiremezsiniz.

Peki bu değeri daha aktif kullanmak adına ne gibi çalışmalar yürütülebilir?

Jeotermal enerjinin ülkemizdeki en iyi kullanım bölgesi Balçova’dır diyebilirim. Az önce söylediğim gibi Termal Otel’de yöneticilik yaparken otelde kullanılan jeotermal suların dere yatağına verilerek boşa aktığını gördüm. Mesleğim gereği Avrupa gezilerimde

bizimkinden enerji olarak çok daha düşük jeotermal kaynakların konut ısıtılmasında kullanıldığını görmüştüm. Dönemin Valisi Kutlu Aktaş'ı bu konuyla ilgili bir şirket kurulması için ikna ettim. Daha sonra jeotermal enerji ile Balçova'daki konutların önemli bir bölümünü ısıttık. Belediye Başkanı olarak şu an halen faaliyet gösteren Jeotermal Enerji A.Ş'nin yönetim kurulu üyeliğini yapıyorum. Şimdi de bu doğal kaynağımızı daha verimli kullanmak için çalışmalar yürütüyoruz.

Yıllardır İnciraltı'nın sağlık odaklı turizme kazandırılması konuşuluyor. Bu aşamada gelinen son nokta nedir? İnciraltı'yla ilgili düşüncenizi öğrenebilir miyiz?

Ne yazık ki gelinen bir nokta yok. Yetki sahibi Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'nın imar planlarını yapmasını bekliyoruz. Biz bu konuda görüşlerimizi ilgili bakanlığa defalarca ilettik. Milyonlarca metrekare olan bu alanı ben işlenmemiş bir elmasa benzetiyorum. İyi işlenirse dünyanın en değerli mücevheri olabilir. Bunun için önerilerimizi de sıraladık. Bu bölgede öncelikle yatırımları da kolaylaştırmak için Sağlık Serbest Bölgeleri kurulmalı. Yine eğitim, günübirlik sağlık ve dinlence tesislerine uygun bir imar planı yapılmalı. Bölgede yıllarca imar planı yapılması için bekleyen vatandaşların konut alanı talebi karşılanmalı. Bu fikirlerimizin tümünü ilgili bakanlığa ilettik. Şimdi planlama sürecinde görüşlerimiz dikkate alınır mı bilmiyoruz. Umarım alınır.

Balçova Belediyesi'nin 5 yıllık yatırım performansı ile hedef ve planlarınızdan söz eder misiniz?

Bu soruyu istatistiki bilgi olarak çok rahatlıkla cevaplayabilirim. Biz ülke genelinde belediye bütçesinden yatırımlara en fazla pay ayıran belediyeler sıralamasında ilk 10'da yer alıyoruz. Ancak bizim için önemlisi zorda olan insanlara ulaşmak. Tüm eksikliklerini biliyor, tüm dertlerine çareler üretiyoruz. Benim sürekli söylediğim bir söz vardır, kentin sokaklarını altınla kaplayabilirsiniz ama o kentte yaşayan mutsuz insanlar varsa altınla kaplanan o yolun hiç kıymeti yoktur.

Kadınlar, gençler, yaşlılar ve engelliler ile ilgili dikkat çeken projelere imza attınız. Biraz anlatır mısınız?

Kadınlarla ilgili olan, bir hizmetten öteye bir örgütlenme, bir yol arkadaşlığı. 'Semtevleri' ismini verdiğimiz bir örgütlenme var. Burada özellikle ev hanımlarına ücretsiz el beceri kursları ve malzemeler veriyoruz. Burada üretilen ürünler satılarak elde edilen gelirin tamamı o ürünü yapan kadına veriliyor. Ayrıca burada eğitim seminerlerimiz ve çeşitli sosyal kurslarımız oluyor. Gençler ve yaşlılarda hizmet daha ön planda. Özellikle yaşlılara bir vefa borcumuz olduğunu düşünüyorum. Yıllarca bu ülkeyi vergileriyle, emekleriyle ayakta tutan insanlara şimdi bizlerin hizmet etmesi gerekiyor. O yüzden yaşlı vatandaşlara özel bir önem veririm. Onlara yalnız olmadıklarını hissettirmeye çalışıyoruz. Son olarak evde yalnız yaşayan yaşlılarımız için Acil Sağlık Hizmeti projesini başlattık. Yaşlı vatandaş ihtiyaç halinde koluna takması için verdiğimiz bilekliğe dokunarak veya düşme gibi ani bir harekette 24 saat görevde olan ambulansımıza ve sağlık ekibimize ulaşacak. Gençler ve çocuklar da geleceğimiz olduğu için çok önemli. Ne yazık ki ülkemizde işsizlik en büyük sorunlardan birisi. Biz gençlerimize iş bulmaları için de yardımcı oluyoruz.

'PARTİM NASIL BİR GÖREV VERİRSE YAPARIM'

"15 yıldır İzmir'in en güzel ilçelerinden birisi olan Balçova'da belediye başkanlığı yapıyorum" diyen Mehmet Ali Çalkaya, ilk seçildiğinde oy oranının yüzde 38 olduğunu hatırlatarak, adaylıkla ilgili düşüncelerini şöyle açıkladı:

"Geçen yıllar içinde bu oy oranımızı yüzde 70'lere çıkardık. Bu durumdayken benim gidip partime 'ben tekrar adayım' demem şık olmaz. Bunu en iyi değerlendirecek olan partimin yönetim kadrolarıdır. Çünkü onlar tüm belediyeleri ve yapılan hizmetleri takip ediyorlar. Sayın Genel Başkanımızı defalarca ilçemizdeki etkinlik ve hizmet açılışlarında ağırladık. Kendisi bizzat yaptığımız hizmetleri biliyor. Bu nedenle partim bana nerede ve nasıl bir görev verirse, gidip o görevi yaparım."

Belediyenizin büyük bir bütçesi yok ama yaptığınız önemli yatırımlar da var. Bunu nasıl başarıyorsunuz?

Ne yazık ki mali kaynaklarımız yeterli değil. Ancak ben bahane üretme merciinde değilim. Kentin kaynaklarını bu kentte yaşayan insanlar için kullanmak adına buradayım. Belediyenin rutin hizmetleri, çok iyi yaptığımıza inandığım sosyal hizmetler ve eğitim hizmetleri dışında fiziki yatırımlarımız oldu. Bunların başında yarım kalan belediye binasının ve spor tesislerinin tamamlanması var. Kendi enerjimiz olan jeotermal enerjinin ilçemizde yaygınlaşmasını sağladık. Yürüyen merdivenli kapalı bir pazaryeri yaptık. Kent Belleği Merkezi yaptık. MOBESE Sistemi kurarak ilçe emniyet müdürlüğüne teslim ettik. 384 Kız öğrencimizin barınacağı Öğrenci Yurdu yaptık. Spor tesislerimize 2 bin kişilik bir tribün yaparak altına Engelli Rehabilitasyon Merkezi açtık. Bu merkezde engelli gençlerimize meslek kursları veriyoruz.

Univera'dan yüzde 100 yerli yazılım

25 yılı aşkın süredir kurumsal iş süreçlerine yönelik kapsamlı teknoloji çözümleri sunan Univera Yazılım Geliştirme, kurmuş olduğu AR-GE merkezinde yüzde 100 yerli yazılımlar üretiyor. Univera AR-GE merkezinde geliştirdiği yazılımlar, son 3 yıldır bağımsız araştırma kuruluşu Promotion Optimization Institute (POI) tarafından dünyanın en iyi 5 yazılımı arasında gösteriliyor. Türkiye'deki AR-GE merkezlerinin sayısı, 2 yılda 3 kat arttı. Böylece ülkemizde faaliyet gösteren AR-GE merkezlerinin sayısı, yüzde 197 artışla 995 oldu. AR-GE merkezlerinde dalya demeye hazırlanan Türkiye, 13 milyar TL AR-GE harcamasıyla dünya sıralamasında 18'inciliğe yükseldi.

Katma değeri yüksek ürünler geliştirerek, uluslararası pazarlarda rekabet edebilmenin olmazsa olmazı konumundaki AR-GE çalışmaları, dünyada olduğu gibi ülkemizde de büyük bir ivmeyle artıyor. Son 2 yılda Türkiye'deki AR-GE merkezlerinin sayısında yüzde 197'lik büyüme görüldü. 2016 yılında 334 olan AR-GE merkezi sayısı 3 katına çıkarak 995 oldu. AR-GE merkezlerinde bugüne kadar 25 bin 741 proje çalışması yapıldı. Türkiye, 2018'de AR-GE harcamalarına ayırdığı 12 milyar 950 milyon TL ile dünya sıralamasında 18'inci oldu.

Seçkin Karabacakoğlu

Sağlıktan hızlı tüketime, otomotivden gıdaya birçok sektörden 100'den fazla markanın Univera çözümlerini tercih ettiğini belirten Univera Yazılım Geliştirme Müdürü Seçkin Karabacakoğlu, "2015 yılında faaliyete başlayan AR-GE merkezimiz, bugün yüzde 44'lük büyüme göstererek 55 kişiye ulaştı. AR-GE ekibimizin yüzde 62'si kodlama üzerine çalışıyor ve yazılım alanında birçok şirkete hizmet veriyoruz" diyor.

DÜNYANIN EN İYİ 5 YAZILIMI ARASINDA

25 yılı aşkın süredir kurumsal iş süreçlerine yönelik kapsamlı teknoloji çözümleri sunan Univera, AR-GE merkezinde geliştirdiği yazılımlar, son 3 yıldır bağımsız araştırma kuruluşu Promotion Optimization Institute (POI) tarafından dünyanın en iyi 5 yazılımı arasında gösteriliyor.

Sağlıktan hızlı tüketime, otomotivden gıdaya birçok sektörden 100'den fazla markanın Univera çözümlerini tercih ettiğini belirten Univera Yazılım Geliştirme Müdürü Seçkin Karabacakoğlu, AR-GE merkezini 2015 yılında kurduklarını belirtiyor. Seçkin Karabacakoğlu, çalışmaları hakkında şu bilgileri veriyor:

"2015 yılında bakanlık onayının ardından faaliyete başlayan AR-GE merkezimiz, kurulduğu günden bugüne yüzde 44'lük büyüme göstererek 55 kişilik bir kadroya ulaştı. Şu an AR-GE ekibimiz toplam çalışan sayımızın 3'de 1'i. AR-GE ekibimizin yüzde 62'si kodlama üzerine çalışıyor ve yazılım alanında sunduğumuz yüzde 100 yerli sermaye ve çözümlerle satış, lojistik ve servis alanında yerli ve uluslararası birçok şirkete destek veriyoruz. Bu topraklardan çıkan yerli bir firma olarak, hem kendimizi hem de ülkemizin geleceğini düşünerek adımlar atıyoruz."

KalDer
2017 yılı Türkiye Mükemmellik Ödülü

PERYÖN
2018 yılı Memnuniyet ve Bağlılık Yönetimi Başarı Ödülü

Bu başarılarımızın gücünü çalışanlarımız ve paydaşlarımızın memnuniyeti, bağlılığı, katkısı ve katılımından alıyor, tüm paydaşlarımıza sonsuz teşekkürlerimizi sunuyoruz.

www.esbas.com.tr

ESBAŞ

ESBAŞ
Mükemmellik Yolunda Her Gün Yeni Bir Adım
Committed to Excellence

Musa Çiçek İnşaat, 232 markasıyla büyüyor

İzmir'de hayata geçirdiği projeleriyle adından söz ettiren Musa Çiçek İnşaat, farklı mimari tasarımlarıyla dikkat çekiyor. Genel Müdür Mehmet Akif Küçük, 2019'da da yeni projelerle İzmir'de faaliyetlerine devam edeceklerini belirtiyor.

Temelleri 1970'li yıllarda atılan ve bugün ikinci ve üçüncü kuşaklar tarafından yönetilen Musa Çiçek İnşaat, İzmir'de hayata geçirdiği örnek projelerle binlerce kişiye ayrıcalıklı bir hayatın kapılarını açıyor. İzmir'de 70'li yıllardan itibaren birçok kişiyi ev sahibi yapan Musa Çiçek İnşaat, son yıllarda ise ses getiren projeleriyle adından söz ettiriyor. Boliva Bornova, Park 232 Ayrancılar, 232 Flora Gaziemir projeleriyle sektöre farklı mimari tasarımlar kazandıran firma, Hem 232 Yelki hem de 232 Narlıdere Premium ile bu geleneği sürdürüyor. Musa Çiçek İnşaat Genel Müdürü Mehmet Akif Küçük, "Çeşme ve Gaziemir bölgeleri için çalışmalarımız sürüyor" diyerek hem mevcut projeler hem de gelecek planları hakkında sorularımızı yanıtladı.

Musa Çiçek İnşaat'ın kuruluş öyküsünü anlatır mısınız?

Temellerimiz 1970'li yıllarda Çiçek Kardeşler ticari unvanıyla dönemin şartlarına ve tercihlerine uygun müşterilerine, gayrimenkul alım satımı yaparak, onlara yeni ufuklar açmalarıyla atıldı. Ürkmez'deki 150 villadan oluşan ilk projeleri Çiçek Tatil Sitesi'ni hayata geçirerek, inşaat sektörüne yepyeni bir soluk getirdiler. 80'lı yıllardan itibaren hem kent içinde, hem de kent çevresinde gelişmekte olan yeni yerleşim birimlerinde önemli projelere imza atarak hızlı bir büyüme dönemine girdiler. 2007 yılına kadar ismi güvenirlik, özen ve kaliteyle özdeşleşen Çiçek Kardeşler'in kurucuları Musa Çiçek ve Ali Çiçek, aldıkları bir kararla ve farklı isimlerle sektördeki yolculuklarına devam etti. Bu tarihten sonra Musa Çiçek İnşaat olarak sektördeki çalışmalarına devam eden firmamız, ismini detaylara ve el işçiliğine verdiği önem ile yoğurarak bir marka yarattı. Bugüne gelindiğinde Musa Çiçek İnşaat gerçek anlamda kurucusunun titizliğiyle temelini attığı, yaklaşımı ile 'handmade' diyeceğimiz ve içinde titiz ince

dokunuşları barındıran bir marka oldu. 2008 yılında Musa Çiçek'in vefatına kadar geçen süre içinde firma, yaklaşık bin 110 konut ve 110 ticari ofis planlaması yaptı ve eksiksiz olarak tamamladı. Bu tarihten sonra, firmanın yeni kuşak temsilcileri Raziye Çiçek, Habip Uz ve Gökçe Uz yöneticiliğiyle devraldıkları bayrağı daha ileriyi taşımak adına Onur Bilgen Plaza, Çiçek Park Gaziemir gibi bir çok projeye imza attılar.

2018 yılı firmanız ve gayrimenkul sektörü açısından nasıl geçti? Yeni yıldan beklenti ve hedeflerinizden söze eder misiniz?

2018 yılı firmamız açısından verimli bir yıl olarak geçti. Üretime devam ettiğimiz ve üretimi biten projelerimizde konut stoğumuzu yüzde 68 civarında satmış durumdayız. Konut sektörünün 2019 yılında gerek yerli gerekse de yabancı yatırımcılar tarafından ilgi odağı olacağını düşünüyoruz. Devlet destekli konut sektörü için önem arz eden kredilerin faiz oranlarında düşüş beklemekteyiz. Hedefimiz kalan konut stoğumuzu eritmekle birlikte yeni projelere hazırlanacağımız bir yıl olması yönünde.

Şu anda devam eden yatırımlarınız hakkında bilgi verir misiniz? Yeni projeler gündemde mi?

Şuan Güzelbahçe/Yelki'de 232 Yelki ile 232 Narlıdere Premium projelerinin inşaatı devam ediyor. Çeşme ve Gaziemir bölgelerinde ise çalışmalarımız sürüyor.

Hem 232 Yelki, hem de 232 Narlıdere Premium projelerinde kaç konut yer alıyor. Ne zaman tamamlanacak? Her iki projenin sosyal donatıları hakkında bilgi verebilir misiniz?

232 Narlıdere Premium projemiz içerisinde 32 konut barındırıyor. Tek bloktan oluşacak olan proje, 2 bin 300 metrekare arsa alanı üzerine inşa ediliyor. Konutlar ise 2+1'den 5+1'e kadar değişiklik gösteriyor. Dairelerin büyüklükleri ise 129 metrekare ile 405 metrekare aralığında değişiyor. 2019'da tamamlamayı planlıyoruz. 232 Narlıdere Premium, 7/24 özel güvenlik, apartman içinde katlara ulaşımı kolaylaştırmak için asansör sistemi, İzmir'in en iyi manzarasını yakalayan panoramik bina tasarımı, çocuklar için özel olarak tasarlanmış aktivite ve oyun alanları, her daireye ayrılmış özel kapalı otopark alanı ve merkezi sistem ısıtma özellikleri ile donatıldı.

232 Yelki İzmir ise 28 adet dubleks daire ve 17 adet tripleks ikiz villadan oluşuyor. 45 konuttan meydana gelen 232 Yelki İzmir projesinin konut seçenekleri arasında 2+1, 3+1 ve 5+1 daireler yer alıyor. Daire büyüklükleri ise 149 ile 379 metrekare arasında değişiyor. 232 Yelki Güzelbahçe projesinin sosyal olanakları arasında çocuk oyun alanları, rekreasyon alanları, aktivite alanları, dinlenme alanları, yürüyüş yolları, 24 saat güvenlik, açık otopark ve açık yüzme havuzu bulunuyor.

Ne tarz konutlar üretiyorsunuz? 232 önemli bir markanız oldu. Bu markayla konut üretmeye devam edecek misiniz?

Premium projeler üretmeye çalışıyoruz. Müşteriye göre konut üretme anlayışımız devam ediyor Açıkçası bakış açımız sektöre her zaman kaliteli, modern yapılar üretmek oldu. 232 markasıyla daha butik ancak aileler için daha yaşanabilir, konforlu alanlar inşa etmeye çalışıyoruz. Daha çok kazanma duygusu ve kalitesiz bir yapı anlayışıyla hareket etmektense, her kesime hitap eden bir anlayışa sahibiz. Bu da beraberinde premium anlayışını ortaya çıkarıyor. 232 bizler için çok özel bir marka oldu. 'İzmirli'nin ne istediğini biliyoruz' düşüncesiyle

Mehmet Akif Küçük

ortaya çıkan marka geldiğimiz noktada hem bizim hem de müşterilerimizin beğenisini kazandı. Bilakis müşterilerine temas etmeyen, ne istediğini çözemeyen bir marka varlığını devam ettiremez. Bu beğeni ve takdiri almış olmaktan ötürü çok mutluyuz.

Projelerinizde konutlar ne kadar prim yaptı?

En büyük PR'ın müşteri memnuniyeti olduğuna inanıyoruz. Kazanan, kaliteli yapılarla buluşan müşteriler her zaman müşteri kazandırır düşüncesindeyiz. Projelerimize göre değişmekle beraber şunu söyleyebilirim müşterilerimiz yapmış olduğumuz topraktan satışlardan ciddi kar elde ettiler.

Büyüme konusunda şirket olarak nasıl bir yol haritası izliyorsunuz? 5 yıl içinde kendinizi nerede görüyorsunuz?

Her zaman için agresif büyümeden imtina ederek çalıştık böyle de çalışmaya devam edeceğiz. Sözünü yerine getiremediğimiz hiç bir yatırım gerçekleştirmeyeceğimizin altını çizmeliyim. Önümüzdeki 5 yıl içinde şirketimizi daha iyi konuma taşıyacağımızdan eminiz. Bilakis herkesin müteahhitlik yaptığı dönemler geride kaldı bizce.

İzmirli konut alıcısı ev alırken nelere dikkat ediyor?

Bizce İzmirli konut alıcısı seçici özelliğe sahip. Çok fazla kişinin yaşadığı ve toplu yapılaşmanın olduğu konutlardan ziyade yaşam alanlarına, sosyal alanlara fazlasıyla yer veren içinde oyun alanlarını barındıran konutları tercih ediyorlar. Bizce sloganımız olan 'Yaşama Saygılarımızla' İzmirlinin hissiyatının tercümesi niteliğinde.

Çiğli denizle buluşuyor

Çiğli'de eğitim ve sağlık yatırımlarının arttığına dikkat çeken Belediye Başkanı Hasan Arslan, "Yeni gelişen bir bölge olarak birçok farklı sektördeki yatırımcıyı Çiğli'ye bekliyoruz. SİT alanı olduğu için 8 yıldır imara kapalı olan Sasalı ile Mavişehir'in devamı olan bölge de imara açıldı. Buranın imara açılmasıyla ilçenin çehresi değişecek. Çiğli'yi denizle buluşturmuş olacağız" diyor.

Sağlıktan sanayiye birçok alanda önemli yatırımlara ev sahipliği yapan Çiğli, gayrimenkul alanında da yatırımcının gözdesi oldu. Birçok inşaat şirketinin proje ürettiği ilçe, iki yeni bölgenin imara açılmasıyla da gücüne güç katmak istiyor. Uzun bir süredir imara kapalı olan Sasalı'nın ardından Mavişehir'in devamı olan bölgenin de imara açılmasıyla Çiğli denizle buluşmaya hazırlanıyor. Çiğli'nin çehresini değiştirmek için yoğun bir mesai harcayan Belediye Başkanı Hasan Arslan, "Çiğli'yi yaşanabilir bir kent haline getirebilmek için uğraşıyoruz. Turizmden eğitime birçok sektörün önde gelen durağı olmak istiyoruz" diyerek ilçenin gelecek vizyonuve hedeflerine ilişkin sorularımızı şöyle yanıtladı:

Çiğli, İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi'yle birlikte birçok sanayi kuruluşunun faaliyet gösterdiği bir ilçe. İlçe ekonomisinin ana aktörü sanayi mi?

Son nüfus sayımına göre Çiğli'nin nüfusu yaklaşık 196 bin civarında. Nüfus yoğun bir ilçe olarak dikkat çeken ilçede işsizlik de önemli bir sorun olarak karşımıza çıkıyor. Bu nedenle birçok sanayi kuruluşunun faaliyet gösterdiği İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi, bu anlamda önemli bir misyon üstlenmiş durumda. Tabii sadece istihdam anlamında Çiğli'ye değil İzmir'in birçok ilçesi hatta çevre illere bile bu anlamda büyük bir faydası var. Bir yandan böyle bir katkı varken öte tarafta ise sanayi bölgesindeki fabrikalar, geçtiğimiz dönem çıkan 'Torba Yasa'yla birlikte emlak vergisi ödememeye başladı. Bu anlamda belediye ayağında önemli bir gelirden olduk.

İlçede ekonomik hareketliliğin yaşandığı bir diğer alan da gayrimenkul... Bu alanda yaşananları aktarır mısınız?

Çiğli kaçak yapılaşma ve gecekondulaşma anlamında sıkıntılı bir bölge. Bu anlamda 'kentsel dönüşüm' önemli fırsat. Burada da

ÇATIYI BOŞ BIRAKMADILAR

Yenilenebilir enerji noktasında da önemli adımlar attıklarını söyleyen Çiğli Belediye Başkanı Hasan Arslan, yaptıkları bir pazaryerinin çatısını güneş panelleriyle kapladıklarını söyleyerek, şu bilgiyi paylaştı: "Bu adımla birlikte Uğur Mumcu Mahallesi'ndeki fotovoltaik enerjili uzay çatılı pazaryerinde elektrik üretiyoruz. Üretilen elektriği de belediye şantiyesinde kullanılıyoruz. Belediye şantiyesinin yıllık enerjisini bu sistemden sağlıyoruz. Fazla enerjiyi de sisteme satıyoruz. Güneşi bol bir kentte yaşıyoruz ve elektrik enerjisi üretmememiz için hiçbir neden yok. Araştırdık ve kendi enerjimizi üretmeye karar verdik. Altta semt pazar yeri üstte ise elektrik üreten enerji panellerimiz var. Kendi elektriğimizi üreterek önemli oranda tasarruf sağlıyoruz."

bir rant beklentisi doğuyor. İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin kentsel dönüşümde 'mevcudu koruyacağız' söylemi nedeniyle arada kaldığımız bir süreç de var. Ama biz kenti yeniden yapılandırmak adına önemli çalışmalar içerisindeyiz. SİT alanı olduğu için Sasalı 8 yıldır imara kapalıydı. Şimdi burası imara açıldı. Yaklaşık 500 hektarlık bir alan. Bir diğer alan ise Mavişehir'in devamı olan bölge. Yıllardır atıl olarak duran bir alan. Üçüncü derece SİT ama sürdürülebilir oldu. Biz burayla ilgili imar planımızı yaptık. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı'na gönderdik. Bakanlıktan onay bekliyoruz. Burası 1 milyon metrekarelik bir alan. 300-400 bin metrekaresi kamuya ait kalan kısım ise özel. Burada konut, ticari yapı olabilir. Buranın imara açılmasıyla ilçenin çehresi değişecek. Çiğli'yi denizle buluşturmuş olacağız.

İmar alanındaki bu gelişmeler bölgeyi nasıl etkileyecek?

Çiğli, gayrimenkul anlamında yeni gelişen bir bölge olarak öne çıkıyor. Bu nedenle İzmir'in çevresindeki yatırımcılar Çiğli'ye akın etmeye başladı. Birçok firmanın projesi bulunuyor. Yenileri geliyor. Özellikle geçmişte İstasyonaltı olarak bilinen Ataşehir'de ciddi bir hareketlilik var. Özellikle markalı konut üretimi anlamında önemli bir üs oldu. Burası da imar planını yenilediğimiz bir bölgeydi.

İlçede gayrimenkulde bu yönde bir hareketlilikle birlikte sağlık ve eğitim alanında da ciddi bir kümelenme göze çarpıyor. Bu sektördeki gelişmeler ne yönde?

Aslında gayrimenkul sektöründeki hareketliliğin bir nedeni de bu iki sektördeki gelişme. Katip Çelebi Üniversitesi ilçe sınırlarımız içerisinde yer alıyor. Bu anlamda Balatçık bölgesi de inşaat firmalarının rotayı çevirdiği bir alan. Sağlık alanında da önemli bir kümelenme var. 6 tane özel hastane bulunuyor. Yine markalı kolejler de ilçede okullarını açıyor. Bu anlamda 15'in üzerinde özel okul ilçemizde faaliyet gösteriyor. Bu anlamıyla da ilçe bir çekim merkezi olma yolunda ilerliyor.

Anlaşılan ilçenin çehresini değiştirmek anlamında yoğun bir mesai harcıyorsunuz. Son 5 yıllık dönemin performansını değerlendirebilir misiniz?

Bizden önceki dönemi eleştirmek anlamında söylemiyorum ama bunalımlı bir süreç yaşanmış. İş barışının zedelendiği, hizmetlerin aksadığı bir dönemdi. Bu anlamda 5 yıllık süreçte iş barışını yakaladık, çalışanlarla sorunlarımızı çözdük. Aksayan hizmetleri düzenledik ve yeni projeler hayata geçiriyoruz. Çiğli'de daha önceki yıllarda ailelerin gidip oturacakları, zaman geçirecekleri mekan yoktu. Bu konuya da odaklandık. Açılışını Genel Başkanımız Kemal Kılıçdaroğlu'nun yaptığı Evka-2'de Pelikan Kafe Restoran var. Düğün salonu da var. Bodrum katına spor salonu yaptık. Kadınlarımız spor yapıyor. Ege-Kent yolunda 23 dekarlık alan üzerine kurulu tesisimiz var. Çok güzel kafeler, restoranlar var içinde. 75. Yıl Türk Dünyası Parkı olarak geçiyordu adı, 15 Temmuz kalkışmasından sonra ismini Cumhuriyet ve Demokrasi Parkı diye değiştirdik.

Doğal Yaşam Parkı, Kuş Cenneti gibi önemli iki alan Çiğli sınırlarında yer alıyor. Bu anlamda ilçedeki turizm hareketliliği ne yönde?

İlçedeki hareketlilik anlamında bunlar iki önemli değer. Biz buna yeni halkalar eklemek istiyoruz. Bir yandan bazı bölgeleri imara açmak için çaba sarf ederken öte taraftan da Kaklıç gibi alanları turizme kazandırmak istiyoruz. Bornova Çiçekli köy tarzından herkesin gelebileceği, turizmde bir çekim merkezi olsun diye çalışıyoruz. Bu yönde bir avan proje hazırlığı içerisindeyiz.

"SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İÇİN İKİ DÖNEM DAHA"

5 yıllık belediye başkanlığı sürecinde yoğun bir mesai harcadığını dile getiren Çiğli Belediye Başkanı Hasan Arslan, yeni dönem için de aday adaylığını açıkladığını belirterek, "Çiğli sakinleri bizden memnun. Bu memnuniyeti karşılıksız bırakmamak adına göreve yeniden talip olduk. Bu tür makamlarda iki dönem görevde kalmanın faydalı olacağını düşünüyorum. 5 yıllık süreçte başarılı projelere imza attık. İkinci dönemde de bunun sürdürülebilirliği anlamında da devam etmenin gerekli olduğunu düşünüyorum" diye konuşuyor.

Ci Group İzmir'e değer katıyor

Yaklaşık 40 yıldır yurtiçi ve yurtdışında yaptığı yatırımlarla, faaliyet gösterdiği 10 farklı sektör aracılığıyla İzmir ekonomisine güç ve değer katan Ci Group, şehrin istihdamına da katkı sağlıyor.

Deri ve deri ürünleri, pet ürünleri, inşaat ve eğlence sektöründe hızlı büyümesini sürdüren Ci Group, 38 yıldan bu yana faaliyet gösteriyor. Ayrıca yeni sektörler için yatırımlarına da devam eden Ci Group'un kurucusu Aktaş Ailesi. Aile şirketi olarak kurulmuş ve zaman içinde gelişerek büyük bir grup şirketi halini almış.

Uzun yıllar sanayinin farklı dallarında faaliyet gösteren Aktaş Ailesi, sanayiden inşaata, prekast yapı elemanları üretiminden madenciliğe, hayvansal ürünlerden deri, kedi-köpek maması üretimine birçok alanda yurtiçinde ve yurtdışında faaliyet gösteriyor.

Şirketin Yönetim Kurulu Başkanlığını babasından devralarak farklı sektörlerde faaliyet gösteren tüm markalarını Ci Group çatısı altında toplayan Cihan Aktaş, "Başta ABD olmak üzere tüm Avrupa ülkeleri ve Güney Amerika'ya milyonlarca dolar hacminde ihracat yaparak yüzlerce kişiye istihdam sağlıyoruz. 2018 yılı için 100 milyon dolar ihracat hedefimize 2018 yılının ilk çeyreğinde ulaştık ve yatırımlarımızı artırarak çalışmalarımıza devam ediyoruz" açıklamasında bulunuyor.

Yurtdışındaki firmalarından kaynak yaratıp Türkiye'deki yatırımlarına aktardıklarını belirten Ci Group Yönetim Kurulu Başkanı Cihan Aktaş, "Yurtiçi yatırımlarımızdan 3 tanesi Türk menşeili markalar olan Allways Yapı, Park 414 ve Molly Malone's. Farklı sektörlerde proje geliştirmekten ve bunu doğru bir ekiple yönetmekten mutluluk duyuyorum" diye konuşuyor.

İNŞAAT SEKTÖRÜNDEKİ PROJELERİ

Ci Group Yönetim Kurulu Başkanı Cihan Aktaş, son yıllarda yaşamlarını İzmir'de geçirmek ve yatırımlarını İzmir'de yapmak isteyenlerin sayısının arttığını ve bu gelişmelerin de kentteki gayrimenkul piyasasını hareketlendirdiğini söylüyor ve şöyle devam ediyor: "Bu hareketliliğin etkisi ile inşaat sektörüne giriş stratejimizi İzmir'de başlattık. İlk etapta İzmir'in öncü inşaat firmaları ile ortak olarak konut projeleri, ticari alan ve fabrika inşaatları gerçekleştirdik. Daha sonra Allways Yapı markası ile kendi arsalarımızda ilk inşaat projelerimizin temellerini attık."

ALLWAYS YAPI ÇIĞLI'DA TAMAMLANDI

Allways Yapı'nın ilk inşaat projesi, İzmir'in özellikle son dönemde yeni yatırım bölgesi olan kuzey aksında, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi'nin hemen karşısında yer alıyor. 8 ay gibi kısa bir sürede tamamlanan projenin detayları ile ilgili bilgi veren Cihan Aktaş, şunları söylüyor:

"Proje lokasyon olarak 2'nci Ana Jet Üssü, Çiğli Organize Sanayi Bölgesi ve İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi'ne yakın konumu ile önemli bir noktada yer alıyor. Yaklaşık 50 milyon

lira yatırım yaptığımız proje, büyük analizlerle başlayıp doğru hamlelerle ilerledi. 147 daireden oluşan projemizde; 1+0, 1+1 ve 2+1 dairelerin yanı sıra 9 ticari üniteden oluşan çarşı alanı bulunuyor. Ayrıca projede site sakinlerinin ücretsiz yararlandığı kapalı havuz, spor ve fitness salonu, çalışma ve konuk odası gibi pek çok hizmet mevcut.''

2019 PROJELERİ BAŞLIYOR

Cihan Aktaş, ''İstanbul-İzmir otoyol projesi ve Ankara'ya uzanan hızlı tren projesi gibi büyük gelişmeler İstanbul ve Ankara'da faaliyet gösteren büyük grup şirketlerinin merkezlerini İzmir'e taşımalarına neden oldu. Böylece İzmir nitelikli beyin göçünü çeken bir kent haline geldi. Bu gelişmelerden dolayı gelecek projeler için de yatırım bölgesi olarak İzmir'i seçtik. Allways Yapı olarak, İzmir'in gelişmiş ve hızla gelişmekte olan farklı noktalarında yatırım yaptığımız arsalar için proje çalışmalarını başlattık. 2019 yılında Mavişehir ve Bayraklı'da lüks ve konforun tüm hatlarına yansıdığı 2 yeni projeye start vereceğiz. Yatırım değerleri yüksek ve merkezi lokasyona sahip projelerimizde yine çarşı alanları ile yaşam, eğlence, alışveriş ve spor deneyimlerini bir arada sunacağız'' diye konuşuyor.

Cihan Aktaş

ÇARŞI KONSEPTİ DEVAM EDECEK

Ci Group'un hâkim ortağı ve Cihan Aktaş'ın Yönetim Kurulu Başkanı olduğu Park 414, İzmirlilerin istek ve ihtiyaçlarına göre buluşma, eğlenme, yemek yeme ve açık havada keyifli bir vakit geçirme noktası olarak projelendirilip hayata geçirildi. Park 414 ile Allways Yapı, konut projelerine dahil ettiği çarşı konseptinin başarılı bir yatırım olduğunu deneyimledi ve Allways projesine de Park Allways çarşı alanını dahil etti.

Bundan sonra konut projelerinde çarşı konseptini devam ettireceklerini dile getiren Cihan Aktaş, şunları söylüyor:

''İlk çarşı konseptimiz olan Park 414 Bornova'da, Yaşar Üniversitesi'nin hemen arkasında bulunuyor. Park 414, 30 adet ulusal ve uluslararası markadan oluşan bir çarşı. İçinde Starbucks, Sir Winston, Bisquitte, Molly Malone's, Pizza Locale, Pub Locale, Locale Stage, Alsancak Unlu Mamüller, Kumrucu Şevki, Okka, Avni, Asfalya, Cassette, Kovan, Cartel, Chat Noir, Küfe, Rakı Müren, Big Yellow Taxi, Bombardier HotDog, M35, La Marca gibi ulusal ve uluslararası markalar ile Coca Cola, Vodafone, Bayer, Derma Grup gibi büyük markaların bölge müdürlükleri yer alıyor.

Yemekten eğlenceye, kahveden alışverişe kadar geniş bir hizmet yelpazesi sunan ve ücretsiz konser, defile, sergi, imza günleri, söyleşi gibi etkinliklere ev sahipliği yapan Park 414

öğrenciler için vazgeçilmez bir cazibe merkezi oldu. Aynı zamanda 650 araçlık otopark hizmeti ve çocuklar için özgürce hareket edebilecekleri bir alan sunan Park 414'te çocuklu aileler de konforlu ve rahat vakit geçirebiliyor."

2 YENİ SÜRPRİZ MARKA GELİYOR

Cihan Aktaş, hızlı bir büyüme gösteren Park 414'e, bu yılın sonunda iki yeni sürpriz marka ekleneceğini de belirterek, "Markalarımızın artmasının yanı sıra eğlenceli etkinlikler planlamaya da devam ediyoruz. Misafirlerimizin talepleri doğrultusunda planladığımız etkinlik takvimimize Derya Uluğ ve Kerimcan Durmaz'ın katıldığı etkinliklerle başladık. Özge Ulusoy, Irmak Atuk ve yerel birçok mankenin katıldığı Bahar Defilesi'ni gerçekleştirdik. Ekim ayında Back to School etkinliği ile söyleşi, defile, konser ve keyifli atölyeler düzenledik. En son ücretsiz olarak Jehan Barbur konserinde misafirlerimizle buluştuk ve şimdi güzel bir yılbaşı partisi organizasyonu için çalışmalar yapıyoruz" diyor.

PARK ALLWAYS'LE DEVAM

Park 414 projesindeki çarşı konsepti deneyiminin başarıyla sonuçlanması, Ci Group'un aynı konsepti devam ettirme kararı almasını sağladı. Böylece Allways projesinin çarşı alanı projelendirildi, 9 üniteden 3'ü ulusal ve uluslararası markalar tarafından kiralandı ve imza aşamasında olan farklı markalar da çok yakında açıklanacak. Cihan Aktaş, Allways projesinin çarşısı Park Allways'in, üniversiteye çok yakın olduğu için hem öğrencilerin ve üniversite çalışanlarının hem de faaliyete geçecek olduğu bölgenin eğlence ve yeme-içme ihtiyacını

karşılayacağını belirtiyor. Park Allways'te yer alacak bazı markalar şöyle; Soulmate Coffee & Bakery, Okka, Pasaport Pizza ve Tobacco Shop.

MOLLY MALONE'S MARKASI İLE FRANCHISE VERİYOR

Farklı sektörlerde proje geliştirmekten mutluluk duyduğunu belirten Cihan Aktaş, doğru ekip ve doğru yönetimle, iyi bir planlama yapıp Ci Group olarak başarılı işlere imza attıklarını ve gelecekte de bu projelerin artarak devam edeceğini ifade ediyor.

Son olarak nisan ayında, Türkiye'nin birçok noktasında hizmet veren Molly Malone's markasını Ci Group çatısı altına dahil ettiklerini söyleyen Cihan Aktaş, "Molly Malone's zaten sevilen ve sektörde rakiplerine göre tercih edilen bir marka. Biz bu markanın kaliteli hizmet anlayışını daha çok kişiye ulaştırmak için başlangıçta 'Sokak Pub' konseptiyle eğlence sektörüne giriş yapmış olan markayı biraz daha farklılaştırarak AVM içlerine dahil ettik. Doğru lokasyonları tespit ederek franchise sayımızı 7'ye çıkardık. Alsancak, Bostanlı, Çeşme, Bodrum, Kuşadası, Ege Perla ve Park 414 AVM'lerinde yer alan Molly Malone's markasının gücüyle, hem eğlenceli hem de kazançlı bir yatırım yapmak isteyenlere franchise fırsatı da sunuyoruz. 8 ay gibi kısa bir sürede iş geliştirme uzmanlığımız ile markaya yüzde 60'lık bir değer kattık. Yılsonuna kadar devam eden 3 yeni franchise görüşmesi ile sayımızı 10'a çıkarmayı hedefliyoruz" diyor.

BUCASPOR'DA HEDEF 1'İNCİ LİG

Sporla iç içe bir yaşam geçiren Cihan Aktaş, öncelikle İZTİK'in düzenlediği Tenis Turnuvasına daha sonra Türkiye Spor Yazarları Derneği tarafından düzenlenen Voleybol Turnuvasına sponsor olarak, spora ve sporculara olan desteklerine her zaman devam edeceklerini belirtiyor.

Yaşadığı ve yatırım yaptığı bölgeye değer katmayı hedeflediğini söyleyen Cihan Aktaş, spora olan desteğini, 1928 yılında kurulan ve İzmir'in 5'inci spor kulübü olan, pek çok başarıya imza atıp farklı branşlarda sporcular yetiştiren Bucaspor'a kulüp başkanı olarak gösterdi.

Bucaspor'un futbolcularının ve çalışanlarının maaşlarını alamadığı, tesislerin bakımsız kaldığı, kulübün yönetim sisteminin tamamen bozulduğu ve taraftarın kulübün yönetimine el koyduğu bir dönemde Aktaş kulübe başkan olup, hem Bucaspor ailesine hem de taraftara umut oldu.

Cihan Aktaş, sezon başından beri geçmişten gelen sorunlarla boğuşan Bucaspor'da, mali sıkıntıların azalması ile güçlerini ve yeteneklerini ortaya koyan futbolcuların son maçlarında galibiyet elde ettiğini ve bu galibiyetin seriye dönüşmesi için yönetimin, futbolcuların, idari ve teknik kadronun çok çalıştığını belirtiyor.

Çalışanların ve taraftarın manevi desteğini arkasına alıp tüm sorunları çözmeye başlayan Cihan Aktaş, Bucaspor ile ilgili hedeflerini "Şuan 3'üncü Lig'de yer alan takımımızı önce 2'nci Lig'e ardından da 1'inci Lig'e taşıyacağız ve hep beraber, hızla zor günleri aşacak, başarıları beraber kutlayacağız" şeklinde ifade ediyor.

“Şimdi sıra gayrimenkulde”

Yangın güvenliği ve yangın söndürme sistemleri alanında ismini Avrupa’ya yazdıran Ekmekçioğlu ailesi şimdi de aynı başarıyı gayrimenkul sektöründe göstermeyi hedefliyor. Ekmas Yapı A.Ş Yönetim Kurulu Başkanı Özgür Ekmekçioğlu, Ekmas Mavişehir’in ardından İzmir ve Manisa’da konut ve ticari alanlara yönelik projelere devam edeceklerini söylüyor.

İzmir’de yaklaşık 30 yıldır sanayi alanında faaliyet gösteren Ekmekçioğlu ailesi Ekmas Yapı ile gayrimenkul sektörüne iddialı bir giriş yaptı. 7 yıldır inşaat sektöründe ağırlıklı sanayi tesisleri üreten Ekmas Yapı, son dönemde odağını konut projelerine kaydırdı. Üzerinde ince ince düşünülen projeler ortaya çıkarmaya başladıklarını dile getiren Ekmas Yapı A.Ş Yönetim Kurulu Başkanı Özgür Ekmekçioğlu, “Şu anda da en prestijli projemiz olarak kabul ettiğimiz Ekmas Mavişehir için çalışıyoruz” diyor. EKMAS Mavişehir’in 51 dairelik butik bir proje olduğuna dikkat çeken Özgür Ekmekçioğlu, markaya değer katacak, inandıkları projelere yatırım çalışmalarının devam edeceği mesajını verdi. Özgür Ekmekçioğlu ile Ekmas Yapı’nın dünü, bugünü ve yarınını konuştuk.

Firmanızın kuruluş hikayesini paylaşır mısınız? Bugüne kadar hayata geçirdiğiniz proje ve yatırımlar neler?

Ekmekçioğlu ailesi 30 yıldır sanayi işiyle uğraşıyor. Türkiye’nin, hatta Avrupa’nın en önemli yangın güvenlik sistemleri ve yangın söndürme sistemleri alanında A Yangın Güvenlik Sistemleri San. Tic. A.Ş olarak hizmet veriyoruz. Yangın güvenlik sistemleri üzerine A’dan Z’ye üretim yapan, AR-GE çalışmalarıyla Türkiye ve dış ülkelerdeki endüstriyel tesislerin, enerji merkezleri, konut, ofis, eğitim kurumları, ulaşım, hastane, askeri tesisler, AVM’ler ve otellerin proje ve uygulamalarını gerçekleştiriyoruz. Bu sektörde Türkiye’nin en kapsamlı yangın söndürme ve güvenlik ekipmanları üreten tek firmasıyız.

2 yıldır otomotiv sektöründe de yer edindik. Egem Opel markasını şirket bünyemize kattık. 7 senedir de inşaat sektörünün içerisindeyiz. Öncesinde gayrimenkul yatırım işleri yapıyorduk, inşaat sektöründe daha çok sanayi tesis alanları üretiyorduk. Son dönemde konut projelerine odaklandık ve üzerinde ince ince düşünülmüş projeler ortaya çıkarmaya başladık. Şu anda da en prestijli projemiz olarak kabul ettiğimiz Ekmas Mavişehir projesine devam ediyoruz.

Şu an devam eden Ekmas Mavişehir projesi ne aşamada? Konut sayısı, sosyal donatılar, yatırım tutarı ve teslim süresi hakkında bilgi verir misiniz?

Ekmas Mavişehir projesi, temelden itibaren tek bloktan oluşan ama birbirine bağlı 11, 14 ve 17 katlı 3 ayrı blok izleniminde bir proje olacak. Ekmas Mavişehir projesini, sanki kendimiz yaşayacakmışız gibi her detayını düşünerek oluşturduk. Projeyi detaylı incelediğinizde demek istediğimi çok iyi anlayacaksınız. Burada oturacak kişileri gerçekten ayrıcalıklı bir yaşam bekliyor. Ekmas Mavişehir projesi butik bir proje. Toplamda 51 daireden oluşuyor. 12 adet 1+1 Dubleks, 24 adet 2+1, 5 adet 3+1 ve 10 adet 4+1 dair seçeneği sunuyoruz. 11 katlı bölüm tamamen 4+1 dairelerden, 14 katlı ve 17 katlı bölüm 1+1 dubleks, 2+1 ve 3+1 dairelerden deprem ve yangın yönetmeliğine uygun oluşturuldu. Projemiz kiralama hızı bakımından yatırım avantajı yüksek konumda. Eğitim kurumlarına, AVM’lere, süpermarketlere, restoranlara, eğlence mekanlarına, güzellik merkezlerine yürüme mesafesindeyiz. Zaten Ekmas Mavişehir’de yaşayan herkes sosyal alanlar, yetişkin ve çocuk yüzme havuzu, sinema salonu, sauna, spor salonu ve çeşitli aktiviteler barındıran oyun odası gibi avantajları bu projede bulacak. Buna ek olarak dükkanların üstünde, sosyal alanların olduğu alanda, oturma alanlarının bulunduğu peyzaj alanı mevcut.

Zemin katta bulunan dükkanlarda, projenin lokasyonu ve prestijine bağlı olarak global kurumsal firmalar yer almak istiyorlar ve bu firmalarla görüşmelerimiz devam ediyor. -1 ve -2'nci katlarda kapalı otopark, sığınak ve dükkan depoları bulunuyor.

2018 hem firmanız hem de sektörünüz açısından nasıl bir yıl oldu? 2019'dan beklenti ve hedeflerinizden söz edebilir misiniz?

Önümüzdeki dönemde gayrimenkul alımına ve yatırımına yönelik birçok dev projenin tamamlanmasıyla birlikte İzmir'in Türkiye ekonomisine daha fazla katkı sağlayacağı öngörülüyor. 2018 yılı firmamız için yatırım faaliyetlerimizi sürdürdüğümüz bir yıl oldu. Hali hazırda devam etmekte olan Ekmas Mavişehir projemiz ile İzmir'e faydalı olmaya, üretmeye ve gelişmeye devam ediyoruz.

Gündeminizde yeni projeler var mı?

İzmir, Türkiye'nin hatta dünyanın hem yaşam olarak hem insanların şehre karşı olan bağlılığı ve sevgisi ile bambaşka bir kent. Ben de bu noktada hiçbir zaman İzmir'den kopamayan, buradan başka yerde yaşamayı dahi düşünemeyen biriyim. Bu sebeple İzmir ve Manisa bölgesinde konut ve ticari alanlara yönelik projelerimiz devam edecek.

Yatırım için İzmir'de hangi bölgeleri tercih ediyorsunuz? Bu tercih nedenlerinden söz eder misiniz?

Karşıyaka, Çiğli, Mavişehir, Manisa, Urla, Torbalı gibi gelişmekte olan bölgelere yatırım yapmaktayız. Markamıza değer katacak ve inandığımız projelere yatırım çalışmalarımız devam ediyor.

Gelecek 5 yıl içinde Ekmas Yapı'yı nerede görüyorsunuz?

Konut üretimi haricinde de yapılar ve nitelikli teknik yapılar konusunda bölgesinde lider olma hedefindeyiz. Daha ziyade ticari alan üretimi, iş ve yaşam alanları konusunda konforlu ve güvenli yapıları bölgemize kazandırmak istiyoruz.

İzmirli'nin konut tercihleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Ekmas Yapı olarak, hemşehrilerimizin beklentilerini karşılayacak ve bulunduğu bölgeye değer katacak yapılar üretme heyecanı ile çalışıyoruz. Aynı zamanda sürdürülebilir çevre politikalarını dikkate alarak, projelerimiz tasarımları yapılmakta ve buna uygun ürünler tercih etmekteyiz.

ALTAY SPOR'UN BAŞKANI

İzmir'de sporun gelişmesi için de çalışan ve şu anda Altay Spor Kulübü Başkanlığı'nı üstlenen Özgür Ekmekçioğlu, şu değerlendirmeyi yapıyor: "Altyapısında basketbol oynadığım bir kulüptü Altay. Çocukluğumdan beri camianın içindeyim. 2 sene önce kulüp başkanlığına geldim, kulübü devraldığımızda Altay 3'üncü ligdeydi, 2 sene üst üste şampiyon olup 1'inci lige yükseldik. Bu hizmeti yaparken hem iyi bir Altaylı hem de iyi bir İzmirli olarak görevimi yaptım. Çünkü bu İzmir'in bir markası, armasında İzmir yazan, Türkiye çapında 50'nin üzerinde spor okuluyla 13 bin öğrencisi bulunan nice sporcular yetiştirmiş köklü bir kulüp. 1'inci lige çıktığımız final maçımızda 'Altay kazanırsa İzmir kazanır' diye bir sloganla tüm İzmirlileri maça davet ederek olması gereken bir birlikteliğe imza attık. O gün 40 bin kişi vardı. Bu bir rekordu. Türkiye'de 3 büyüklerin maçları haricinde seyirci rekoru bu maçla elde edilmiş oldu. Bu rekora tüm İzmirli sporseverler imza attılar. Karşıyaka taraftarı bizi hiç yalnız bırakmadı, final maçlarımız haricinde de hep yanımızda oldular. Böyle dostlukların olması ve böyle bir kalabalığın bir araya gelmesi mutluluk vericiydi."

Yarımadaya açılan kapı: Güzelbahçe

Güzelbahçe Belediyesi düzenlediği festival ve şenliklerle hem üreticiyi destekliyor hem de ilçe ekonomisini canlandırıyor. Belediye Başkanı Mustafa İnce, yerelden kalkınmanın en önemli ayağının kırsal kesimdeki üretici olduğuna inanarak hareket ettiklerini söylüyor. Önümüzdeki yerel seçimlerde tekrar aday adayı olacağını belirten İnce, "Güzel bahçe vizyonu, 'Eğitim Kenti Güzelbahçe', 'Yeşil Kent Güzelbahçe', 'Huzurlu Kent Güzelbahçe', 'Teknoloji Kent Güzelbahçe' ile insanların rahat bir yaşam sürdürebilecekleri, güvenli bir kent haline geleceğiz" diyor.

Son dönemde İzmir'de nitelikli göç alan ilçelerin başında gelen Güzelbahçe, 'tarım-turizm-eğitim' üçlüsüyle büyüyor. "Güzelbahçe'yi görmeden Çeşme'yi, Urla'yı, Seferihisar'ı gördüm diyemezsiniz" söylemiyle hareket eden ilçe, Yarımada'nın Kapısı unvanıyla da gücüne güç katmak istiyor. "Biz geçilen yer değil görülen ve hayatı dolu dolu yaşayan bir kentiz" diyen Güzelbahçe Belediye Başkanı Mustafa İnce, eğitim alanında 'İzmir'in Oxford'u olarak tanımladığı ilçenin ekonomik durumundan gelecek vizyonuna kadar birçok konuya ilişkin sorularımızı yanıtladı.

Güzelbahçe'nin ekonomik yapısından söz eder misiniz? Hangi sektörler ön plana çıkıyor?

İlçede tarıma dayalı bir ekonomi söz konusu. Seracılık, narenciye, zeytincilik ve bağcılık ön planda. Seralarda ağırlıklı olarak kesme çiçek üretimi yapılıyor. Sahil kesiminde yaşayan halkın büyük bir çoğunluğu ise geçimini balıkçılıkla sağlıyor. İlçede toplam tekne kapasitesi 500'ü aşan üç adet balıkçı barınağı bulunuyor. Buradan balık haline ve perakende satış dükkanlarına her çeşit balığın satışı yapılıyor. Güzelbahçe, dağ ve deniz gibi çok yönlü turizm hareketleri açısından önemli bir potansiyele sahip. Günübirlik turizm açısından da önemli bir yerde. Balık, et ve kahvaltı restoranlarıyla İzmirlilerin tercih ettiği bir lokasyon.

Güzelbahçe Belediyesi'nin ilçe ekonomisini canlandırmak adına yaptığı çalışmalar var mı? Bu alanda ne tür projeler üretiyorsunuz?

Belediye olarak yerelden kalkınmanın en önemli ayağının kırsal kesimdeki üretici olduğuna inanıyoruz. İlçemizde yapılan festivaller ve şenliklerle üreticiyi her zaman destekliyoruz. Deniz ve Balıkçılık Festivali'yle hem ilçemizde bir hareketlilik ve canlılık yaratıyor, hem balıkçılarımızı destekliyor, hem de gelen misafirlerimize tadımlık da olsa balık ziyafeti veriyoruz. Payamlı'da bu yıl 6'ncısını düzenlediğimiz Bardacık Festivali'yle de halkın ürünlerinin değerlendirilmesini ve tanınmasını sağlıyoruz. Payamlı Kooperatifi'nden aldığımız bardacık incirleriyle ekonomiye de destek oluyoruz. Artık herkes 'bardacık' dendi mi Güzelbahçe Payamlı olduğunu biliyor. Ayrıca en küçük mahallelerimizden olan Küçükkaya'da 'Zeytin Şenliği' düzenleyerek üreticilerimizin hasatlarından topladıkları zeytin ve zeytinyağlarını tanıtıp marka haline getiriyoruz. 2009'da kurmuş olduğumuz 'Yaka Mahallesi Otantik Pazarı' İzmir'de inanılmaz bir şekilde tanındı ve ilgi gördü. Bu ilginin görülmesiyle 'Yelki Yöresel Pazarı' ve 'Çamlı Kadın Üretici Pazarı'nı kurduk. Evde oturan kadınlarımızı bu tür

"İZMİR'İN OXFORD'U OLACAĞIZ"

İzmir il merkezine 24 km mesafede bulunan Güzelbahçe'nin 12 mahalleden oluştuğunu söyleyen Mustafa İnce, TÜİK verilerine göre ilçe nüfusunun 31 bin 429 olduğunu söylÜYOR. İnce, "İlçeye dışarıdan nitelikli göç alıyoruz. Güzelbahçe, tam bir eğitim cenneti konumunda. Özellikle özel eğitim kurumlarının çokluğu nedeniyle Güzelbahçe, İzmir'in Oxford'u olarak da tanımlanıyor. 31 bin 429 nüfuslu ilçede çoğu başka ilçelerden olmak üzere yaklaşık 10 bin öğrenci eğitim görüyor. İlçede ayrıca biri kamu olmak üzere üç otizm okulu bulunuyor. 2 milyonu aşkın otizmlinin olduğu ülkemizde sadece Güzelbahçe'de üç eğitim kurumunun bulunmasını bir ayrıcalık olarak görüyoruz" şeklinde konuşUYOR.

YEREL SEÇİMLERDE TEKRAR ADAY ADAYI OLACAK

Güzelbahçe Belediye Başkanı Mustafa İnce, önümüzdeki yerel seçimlerde tekrar aday adayı olacağını şu sözlerle anlatıyor; "Güzelbahçe'de doğup, Güzelbahçe'de yaşamak ve Güzelbahçe'yi yönetmek gibi onurlu bir hayat herkese nasip olur mu bilmiyorum ama ben yaşadım. Bu kent için hayal ettiklerimizi bu kentte gerçekleştirmeye çalıştık. Güzelbahçe sevdamız bu kente sevdalanan hemşerilerimin destekleri ile devam etsin istiyorum. Güzelbahçe sevdası yarım kalmasın diye partimin ve daha sonra da halkımın desteğini bekliyorum. Her şey daha güzel bir Güzelbahçe için…"

pazarlar kurarak üretime kattık. Evinde yapmış olduğu böreği, yaprak sarmayı, keki, tatlıyı kapısının önündeki tezgahta satmasını sağladık. Böylece toplumu üretime kattık. Kendi çabalarıyla neler yapabileceklerini ortaya koyduk ve bunda da başarılı olduğumuzu düşünüyorum.

Güzelbahçe'nin geleceği için ne düşünüyorsunuz?

Bulunduğu coğrafi konum itibariyle Güzelbahçe, 'Yarımada'nın Kapısı'. Türkiye'nin hatta dünyanın markası olan Çeşme'ye Güzelbahçe'den geçerek gidersiniz. 12 Antik İyon Kenti'nden Klazomaenai olarak bilinen Urla'ya giderken Güzelbahçe'den geçersiniz. Teos olarak bilinen M.Ö. 2000'li yıllara dayanan Seferihisar'a Güzelbahçe'den geçersiniz. Yani Güzelbahçe'yi görmeden Çeşme'yi, Urla'yı, Seferihisar'ı gördüm diyemezsiniz. O yüzden biz geçilen yer değil görülen ve hayatı dolu dolu yaşayan bir kentiz. Nüfusuyla, şehirleşmesiyle, eğitim vizyonuyla Güzelbahçe gelişen, büyüyen ve İzmir'in parlayan yıldızıdır.

Güzelbahçe, son dönemde gayrimenkul yatırımlarının da hareketlendiği bir ilçe. Bu alandaki büyümeyi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Güzelbahçe'ye bakıldığında dünden bugüne inanılmaz bir değişim yaşandı. Hem nüfus bakımından hem kentleşme bakımından ciddi değişimler oldu. Kentimiz, gayrimenkul açısından İzmir'de ilk 5'te yer alıyor. Yatırımcının bir numaralı gözdesi. Havası, denizi, doğası yaşam kalitesi en iyi yerlerden biri. İnsanlar bu yüzden tercihlerini Güzelbahçe'den yana kullanıyor. Ailelerin tercih ettiği yerlerin başında Güzelbahçe geliyor çünkü eğitim kurumlarının çoğu burada. Aileler çocukları okuluna yakın olsun istiyor, o yüzden evlerini buraya taşıyorlar. Yelki bölgemiz de inşaat sektörünün hızla yükseldiği bir bölge haline geldi.

Güzelbahçe Belediyesi'nin 5 yıllık yatırım performansını değerlendirebilir misiniz?

Güzelbahçe, gelişen ve geliştikçe de değişen bir kent konumunda. Kentin nüfus oranı arttıkça kentin yatırımları da artmaya başlıyor. Güzelbahçe 7,5 km'lik sahiliyle balıkçılık sektörünün önemli bir merkezi. Belediyemiz, İzmir Büyükşehir Belediyesi ile Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı'nın

ortaklaşa yaptıkları planlarla Güzelbahçe'ye 3'üncü bir 'Balıkçı Barınağı' kazandırdık. İlçe için büyük ve önemli bir kamu yatırımı oldu. İzmir Büyükşehir Belediyemizin büyük bir katkı koyduğu 'Güzelbahçe Atatürk Kültür Merkezi'ni yaptık. Yine Güzelbahçe için istediğimiz en önemli kamu yatırımı hastane. Kültür merkezimizin girişinde yer alan belediyemize ait 600 metrekarelik iki dükkanı birleştirerek Urla Devlet Hastanesi ile birlikte bir poliklinik açtık. Büyük uğraşlar sonucu Güzelbahçe içerisinden geçen otobanı ücretsiz hale getirdik. Yıllardır beklenen doğalgazı Güzelbahçelilerin kullanımına sunduk. 'Tahtacı Kültür Evi'ni inşa ettik. Yine İzmir Büyükşehir Belediyemiz ile yapmış olduğumuz görüşmeler sonucunda Körfez yolcu vapur seferlerini başlattık. 35 dakika gibi kısa bir sürede Konak'a varıyorsunuz. 300 bin metrekare yeni aktif yeşil alan oluşturduk ve kişi başına düşen yeşil alan miktarını 10 kat artırdık.

Önümüzdeki dönem için hedef ve planlarınızdan söz eder misiniz?

2019-2024 stratejimizi 'huzur, yeşil, teknoloji ve eğitim kenti' olarak belirledik. 'Eğitim Kenti Güzelbahçe' ile eğitim vizyonu ön planda olacak. 'Huzurlu Kent Güzelbahçe' ile insanların rahat bir yaşam sürdürebilecekleri, güvenli bir kent haline geleceğiz. İnsanların mutluluğu için çalışacağız. 'En yeşil kent Güzelbahçe' düşüncesiyle daha fazla yeşil alan yaratacağız. 'Teknolojik Kent Güzelbahçe' sloganıyla yeni dönemde Güzelbahçe'yi teknolojik alt yapıyla donatıp yöneteceğiz.

“Başarı hedef değil, sonuç olmalı”

Türkiye’nin en başarılı okullarından biri olan Özel Çakabey Okulları, başarının hedef değil, sonuç olarak görüldüğü bir eğitim anlayışı ile hareket ediyor. Çakabey Okul Öncesi ve İlkokul Müdürü Nesligül Keçeciler, “Bugün okul öncesi ve ilkokul çağında olan çocuklar 2030’lu yıllarda yaşamda yerlerini almak için hazır olmalılar” diyor.

Nesligül Keçeciler

Yıllardır lise ve üniversiteye geçiş sınavlarında tüm öğrencileri ile Türkiye’nin en başarılı birkaç okulu arasında yer alan Özel Çakabey Okulları, başarının hedef değil, doğal bir sonuç olması gerektiğinin ve öğrencilerin 21. yüzyıl becerilerini taşımalarının öneminin altını çizen bir eğitim anlayışına sahip. Endüstri 4.0 ve UNESCO 21. yüzyıl becerileri olarak isimlendirilen olguların eğitimdeki önemine dikkat çeken Çakabey Okul Öncesi ve İlkokul Müdürü Nesligül Keçeciler, bu yetkinliklerin çocukların geleceğini şekillendireceğini söylüyor;

“Günümüz çocuklarının geleceğini şekillendirecek iki temel olgu bulunuyor. Bunlardan birincisi şu anda etkilerini hissetmeye başladığımız Endüstri 4.0’dır. İkinci olgu ise 21. yüzyıl becerileri adını verdiğimiz, UNESCO tarafından belirlenmiş, bireylerin bu yüzyılda kazanmaları gereken yeterlilikleri tanımlayan becerilerdir.”

Nesligül Keçeciler, “İşte bugünün öğrenim programları, bu iki olguyu özenli şekilde kucaklamazsa o zaman yalnızca sınavlara ve bugüne öğrenci yetiştirmiş olurlar” diye konuşuyor.

AKADEMİSYENLERİN TASARLADIĞI DERSLER

“Bugün okul öncesi ve ilkokul çağında olan çocuklar 2030’lu yıllarda yaşamda yerlerini almak için hazır olmalılar” diyen Nesligül Keçeciler, bu sebeple yedi yıldır akademisyenler ile birlikte okul öncesi ve ilkokul programlarını zenginleştirdiklerini belirtiYOR; “UNESCO 21. yüzyıl eğitim hedefleri ile tüm sınıf gruplarımızda öğretme teknikleri, etkinlikler, materyaller ve değerlendirme araçları ile her 40 dakika tek tek tasarlanmaktadır. Öğretmenlerimiz akademisyen danışmanlarımızın rehberliğinde, birer ders tasarımcısıdır.”

‘ÖĞRENCİLERİMİZ ÇOK YÖNLÜ GELİŞİR’

Okullardaki hedefin öğrenme olması gerektiğine dikkat çeken Nesligül Keçeciler, şu açıklamalarda bulunuyor; “Özellikle okul öncesi ve ilkokulda özgün programımızın en önemli hedefi öğrencilerimizin öğrenmeyi sevmesidir. Bu sevgi, ortaokul ve lisede ‘tam öğrenme modeli’ ile okulumuza özgü ‘bireyselleştirilmiş akademik program’ ile devam eder. Böylece her öğrencimiz hak ettiği özel ilgi ile öğrenmenin, başarmanın zevkini yaşar. Potansiyellerini en iyi şekilde değerlendiren öğrencilerimiz, yalnızca akademik alanda değil, her alanda öğrenerek, deneyimleyerek çok yönlü gelişirler. Amacımız hiçbir zaman ulusal sınavlarda birkaç Türkiye birincisi çıkarmak, seçilmiş gruplardan özel sınıflar yapmak değildir. Bizi diğerlerinden ayıran en büyük farklardan biri budur. Hedef öğrenmektir, üstün başarılarımız ise okulumuzda doğal bir sonuçtur. Nitekim bu sebeple öğrencilerimiz üniversite yaşamlarında ve sonrasında da çok başarılı oluyorlar.”

UNESCO’NUN AÇIKLADIĞI 21. YÜZYIL BECERİLERİ

Öğrenme ve Yenilenme Becerileri

- Yaratıcılık ve Yenilenme
- Eleştirel Düşünme ve Problem Çözme
- İletişim ve İşbirliği
- Bilgi ve İletişim Teknolojileri (ICT) Okur-yazarlığı

Yaşam ve Meslek Becerileri

- Esneklik ve Uyum
- Girişimcilik ve Öz-Yönelim
- Sosyal ve Kültürlerarası Beceriler
- Üretkenlik ve Sorumluluk
- Liderlik ve Sorumluluk

Büyük Dahi

Gazi Mustafa Kemal

The Great Genius / Gazi Mustafa Kemal

"özel eşyaları, yayımlanmamış fotoğrafları ve dönemsel belgeleri ile Gazi Mustafa Kemal"

"Gazi Mustafa Kemal, his personal belongings, unpublished photographs and documents of the period"

19 EKİM / OCTOBER 19, **2018**
24 ŞUBAT / FEBRUARY 24, **2019**

Folkart Towers / Bayraklı / İZMİR

(Giriş ücretsizdir.)

FOLKART GALLERY

“Tek başına ihracat üssüyüz”

Ege Serbest Bölgesi’ndeki firmalar ülkemizde inovasyon kültürünün gelişmesine ve yeni fikirlerin işe dönüştürülerek ekonomiye kazandırılmasına katkıda bulunuyor. Türkiye’de sürdürülebilir kalkınma modelinin en iyi örneklerinden biri olan Ege Serbest Bölgesi-ESBAŞ CEO’su Dr. Faruk Güler, “Bölgemiz 40 ilin ihracat değeri kadar ihracat yaparak tek başına bir ihracat üssü özelliği taşıyor” diyor.

Ege Serbest Bölgesi Kurucu ve İşleticisi A.Ş (ESBAŞ) Türkiye’de serbest bölgecilik faaliyetinin en iyi temsilcileri arasında yer alıyor. Sürdürülebilirlik kavramını sistematik bir şekilde ve mükemmellik modeli içinde ele aldıklarını söyleyen ESBAŞ CEO’su Dr. Faruk Güler, Ege Serbest Bölgesini alanında ‘Mükemmeliyet Merkezi’ yapmak istediklerini söylüyor. Uzun dönemli ve sürdürülebilir kamu yararı sağlama bilinciyle, Türkiye’nin ve dünyanın örnek bir sanayi bölgesi olma misyonu ile hareket ettiklerini anlatan Güler, “Mükemmellik Yolunda Her Gün Yeni Bir Adım” sloganıyla hareket ettiklerini kaydediyor.

Dr. Faruk Güler

ÇEVRE KİRLİLİĞİNE KARŞI ÖNLEM

Sürdürülebilir kalkınma çalışmalarının amacının ekonomiye, topluma ve çevreye bugünden yarını düşünerek kalıcı değerler üretmek olduğunun altını çizen Faruk Güler, “Yalın yönetim uygulamaları ve İSG kültürünün geliştirilmesi çalışmalarımız, en önemli sürdürülebilir değişim örnekleri arasında. Çevresel sürdürülebilirlik, sürdürülebilirlik yaklaşımı ve ISO 14001 yönetim sistemi ile entegre olarak, uygun noktalarda süreç iyileştirmeleri yapıyoruz. ISO 50001:2011 Enerji Yönetim Sistemi’ne yönelik çalışmalarımız devam ediyor. ESBAŞ’ın yeşil alanı tüm binalar için ayrılan alanın iki katı. Çevreye zarar verme potansiyeli olan firmaların alınmaması genel prensibimiz. Kullanıcılarla yapılan kira sözleşmelerinde çevre kirliliğinin önlenmesiyle ilgili maddelere hassasiyetle yer veriliyor. ESBAŞ’ın varoluşu ekonomik fayda sağlama amacını güderken, kurumsal bir vatandaş anlayışıyla kalıcı yarar sağlayacak projeler geliştirerek topluma ve çevreye değer katmak istiyoruz” diye konuşuyor.

40 İL KADAR İHRACAT YAPIYOR

Türkiye’nin hedeflerine ulaşabilmesi için ihracatın artırılması ve dış ticaret açığının daha düşük seviyelere çekilmesi gerektiğine dikkat çeken Güler, Ege Serbest Bölgesi’nde ihracatın ithalatı karşılama oranının son 3 yılda yüzde 159 seviyesinde olduğunu söylüyor. Faruk Güler, “Ege Serbest Bölgesi’ndeki firmalar ülkemizde inovasyon kültürünün gelişmesine ve yeni fikirlerin işe dönüştürülerek ekonomiye kazandırılmasına katkıda bulunuyor. Bunun en önemli göstergesi ihracat ve ticaret hacmidir. Türkiye’de ihracatın kg fiyatı 2017 yılında 1,28 dolar olarak gerçekleşirken Ege Serbest Bölgesi’nde 2017 yılında ihracatın kg fiyatı 8,58 dolar olarak gerçekleşti. Bölgemizde havacılık ve savunma sanayi, otomotiv, makine, gıda işleme ve paketleme, tekstil gibi sektörlerde 76’sı yabancı, 176 firma faaliyet gösteriyor. 21 bin kişinin çalıştığı firmalarımızın gerçekleştirdiği toplam ticaret hacmi ise 73,5 milyar doları aştı. Ege Serbest Bölgesi 81 ilin ihracat rakamları ile kıyaslandığında, yıllık 2,1 milyar dolarlık yurtdışı satışı ile İstanbul, Bursa, Kocaeli, İzmir, Ankara, Gaziantep, Manisa, Denizli, Sakarya ve Hatay’dan sonra 11’inci sırada yer alıyor. Bölgemiz ayrıca 40 ilin ihracat değeri kadar ihracat yaparak, tek başına bir ihracat üssü özelliği taşıyor” diyor.

UZAY KAMPI VE KÜMELENME ÇALIŞMALARI

Bir ESBAŞ girişimi olan Uzay Kampı, Türkiye’de geleceğin bilim insanlarını yetiştirme amacıyla 2000 yılında kurulduğundan bu yana, 60 ülkeden 250 bini aşkın kişi tarafından ziyaret edildi. 2017 yılında KalDer tarafından verilen Türkiye Mükemmellik Ödülü’nü almaya hak kazandıklarını hatırlatan Güler, “Uzay Kampımız, mükemmelliğin temel kavramları arasında bulunan ‘Sürdürülebilir bir Gelecek Yaratma’ kavramı açısından ‘İyi Uygulama’ olarak seçildi. 20 yıldır ESB içinde hizmet veren ESBAŞ Çocuk Yuvası da UNICEF tarafından 2013 yılında diğer okul öncesi kurumlara örnek gösterildi” diye konuşuyor. Güler, 2010 yılında kurulan Havacılık ve Uzay Kümelenmesi Derneği’nin de dünyanın diğer kümelenmeleriyle bir ağ oluşturarak, Türkiye’de sektörün gelişmesinde önemli rol oynadığını belirtiyor.

Petkim 2019'da dijitale yatırım yapacak

Dijitalleşmenin Petkim'in gündeminin ilk sıralarında yer aldığını söyleyen Petkim Genel Müdürü Anar Mammadov, "Petkim Dijital Akademi'yi kurduk. AR-GE çalışması ve inovasyon için Massachusetts Institute of Technology (MIT) ile çalışıyoruz. 2019, tüm bu projelerimizin ve yatırımlarımızın meyvesini aldığımız yıl olacak" diyor.

Türkiye'nin ilk ve tek entegre petrokimya şirketi Petkim, 2019 yılında dijital dönüşüm çalışmaları ile verimliliğini daha da artırarak, yerli sanayinin üretim devi olmaya devam edecek.

Türk sanayinin üretim gücü, SOCAR Türkiye'nin iştiraki Petkim, üçüncü çeyrek sonuçlarına göre piyasa beklentilerinin üzerinde performans göstererek kârlılığını yılın ikinci çeyreğindeki verilere oranla artırdı. Petkim'in faiz, amortisman ve vergi öncesi kârı (FAVÖK) yılın üçüncü çeyreğinde, ikinci çeyreğe göre yüzde 75 artarak 767 milyon TL olarak gerçekleşti. Petkim'in elde ettiği net kâr 9 ayda 915 milyon TL oldu.

Petkim Genel Müdürü Anar Mammadov, şirketin artan başarısını verimlilik odaklı proje, yatırım ve ortaklıklarının yanı sıra teknoloji ve AR-GE'ye yaptıkları yatırımlarla elde ettiklerini belirtiyor. Mammadov, "Gelişmekte olan ülkelerin içinden geçtikleri dalgalı piyasa koşullarına rağmen katma değerli üretimin gücüne olan inancımızla, iç piyasaya ürün sunmaya devam ettik. Türkiye'nin cari açığının azaltılmasına katkı sağlayacak üretim gücümüzü ve yatırımlarımızı daha verimli kılmaya odaklandığımız 2018 yılı bizim için pek çok anlamda bir dönüşüm yılı oldu. Yılın başında, ekim ayında açılan STAR Rafineri'ye dolaylı olarak yüzde 18 ortak olmak üzere adım attık. Önümüzdeki dönemde STAR Rafineri'den navlun ücreti ödemeden ve aynı standartta alacağımız hammadde ile verimliliğimizi daha da artıracağız. Tüm süreçlerimizi gözden geçirerek Petkim değer zinciri doğrultusunda verimlilik yaratacak iyileştirme projelerimizi uygularken, Petkim'in son yıllarda giderek artan rekor kârlılığını ve performansını koruyacak planlar yapıyoruz" diyor.

Anar Mammadov

PETKİM UÇTAN UCA DİJİTALLEŞİYOR

Dijitalleşmenin Petkim'in gündeminin ilk sıralarında yer aldığını söyleyen Anar Mammadov, sözlerine şöyle devam ediyor: "2018, dijitalleşme yolculuğunda altyapı çalışmalarımızı gerçekleştirme yılımızdı. Endüstri 4.0 yolculuğumuza üretimde ileri analitik uygulamalar ve yapay zeka kullanımı ile başladık. Fabrikalarımızın üretim ve bakım süreçlerinde yapay zekâ uygulamalarını yaygınlaştırıyoruz. Artırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerini üretim, bakım ve iş güvenliği birimlerimizde kullanmaya başladık. Dijital dönüşüm kapsamında çalışanlarımızın yapay zekâ, makine öğrenmesi, büyük veri ve analitik araçların kullanımı ile ilgili yetenekler edinebilecekleri Petkim Dijital Akademi'yi kurduk. Dijitalleşme alanındaki projelerimiz net kârlılığımızı da pozitif yönde etkiliyor. Türkiye'de ve dünyada öncü olacak AR-GE çalışmalarımız ve inovasyonlarımız için Massachusetts Institute of Technology (MIT) ile çalışmalarımız devam ediyor. AR-GE ve kimya alanlarında dünyanın en iyi teknik okullarından MIT'nin Endüstriyel Bağlantı Programı'nın (ILP- Industrial Liaison Program) bir üyesi olarak, bu network'te bilgi transferi yapan, sektörünün öncüsü global 250 şirket arasında yer alıyoruz. 2019, tüm bu projelerimizin ve yatırımlarımızın meyvesini aldığımız yıl olacak."

Kuvars minerali, Çimstone ile mutfak ve banyolara taşınıyor

Çimstone, AKG Grubu'nun bir iştiraki olarak, 1996 yılından bu yana İzmir'deki üretim tesisi ve idari merkezi ile İstanbul ve Ankara bölge ofisleriyle hizmet veriyor. Çimstone, dört büyük kıtaya yayılmış satış ağı ile İngiltere ve Amerika'da bulunan satış ve dağıtım şirketleriyle, yaklaşık 50 ülkeye ihracat yapıyor.

Kuvars minerali, çağdaş teknolojiyle mutfaklara ve banyolara taşınıyor. Türkiye'de kuvars esaslı kompoze taş pazarında jenerik marka haline gelen Çimstone, ürün serisiyle dünya trendlerini yüzeylere taşıyor. Tüm dünyada kullanımı hızla artan kuvars esaslı kompoze taşı Türkiye'de tüketiciyle buluşturan Çimstone, dayanıklı yüzey kaplama malzemesi denince akla ilk gelen marka oluyor.

Türk inşaat sektöründe çağdaş ve güvenilir malzemelerin üreticisi ve yatırımların öncüsü AKG Grubu'nun bir iştiraki olan Çimstone, 1996 yılından bu yana İzmir'deki üretim tesisi ve idari merkezi, İstanbul ile Ankara'daki bölge ofisleri ve çözüm ortaklarıyla yurt genelinde hizmet veriyor. Dört büyük kıtaya yayılmış satış ağı ile İngiltere ve Amerika'da bulunan satış ve dağıtım şirketleriyle planlı büyümesini sürdürüyor. Başta Avrupa olmak üzere, tüm dünyada yaklaşık 50 ülkeye ihracat yapıyor.

GENİŞ ÜRÜN YELPAZESİ

Dünyanın önde gelen kuvars esaslı kompoze taş üreticileri arasında yer alan Çimstone; TS EN ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi belgesine sahip. Üretim kalitesi, geniş ürün yelpazesi, müşteri odaklı satış sistemi ile değişen tüketici taleplerine en uygun çözümleri sunuyor. Türkiye'de ve yurtdışında sayısız büyük projede kullanılan Çimstone, pek çok ulusal ve uluslararası zincir mağaza, alışveriş merkezi ve kurumsal projelerin yanı sıra, lüks konutlardan iş merkezlerine kadar her türlü yüzeyde tercih ediliyor.

Breton firmasının en son teknoloji makinalarıyla yapılan yatırım sayesinde daha büyük ebatta üretilebilecek Çimstone levhalar, farklı renk ve doku alternatifleri ile müşterilerin beklentilerini maksimum düzeyde karşılayacak. Yurtiçi ve yurtdışı pazarda aranılan bir marka olan Çimstone, kurulacak yeni üretim hattıyla yurtiçi pazardaki mevcut payını artırarak, yurtdışı pazarda da büyümeyi hedefliyor.

Üretim teknolojisi ile kuvarsın sağlamlığını bir araya getirerek kompoze taşın fiziksel ve teknik üstünlüklerini yüzeylere taşıyan Çimstone, her türlü yüzeyde şık olduğu kadar sağlam ve uzun ömürlü yaşam alanları sunuyor. Mohs sertlik skalasında 10 Mohs olan elmasın sertliğine 7 Mohs sertliği ile oldukça yaklaşan Çimstone, hammaddesi kuvars sayesinde metal veya benzeri malzemelerle çizilmez, yoğun sirkülasyon olan alanlarda bile yüksek aşınma dayanımı gösterir. Banko ve tezgahın yanı sıra iç mekan duvar, dış cephe, merdiven, denizlik, süpürgelik ve zemin döşemesi olarak da kullanılmaktadır. Kimyasalların yıpratıcı etkilerine yüksek direnç gösteren Çimstone, bu özelliği ile laboratuvar tezgahlarında özellikle tercih edilmekte. Ayrıca masa, sehpa gibi dekoratif tasarımlarda da başarı ile uygulanabiliyor. Mermer dokusunu kuvarsın sağlamlığıyla birleştiren Çimstone, ürün serisinde öne çıkan damar efektli ürünlerinin yanı sıra; ayna efektli ürünleri ile beyaz, krem, bej, vizon, kahve, gri, siyah tonlarındaki ürünleriyle, her türlü mobilya seçimine uygun alternatifler sunuyor.

KOLAY TEMİZLİK VE BAKIM SAĞLIYOR

Ahşap, lake, laminat, akrilik gibi her türlü mutfak ve banyo mobilyasıyla uyum sağlayan Çimstone tezgahlar, şıklığı kadar hijyenik yapısıyla da öne çıkıyor. Üzerinde bakteri üremesine izin vermeyen Çimstone tezgahlar, sıvı çekmez yerine emmez ve leke tutmaz özellikleriyle kolayca temizleniyor. Nemli bir bez ile yapılacak basit bir temizlikle ilk günkü ışıltısını uzun yıllar koruyor.

KULLANICI VE ÇEVRE DOSTU

Çimstone üretiminde kullanılan su, işletme ünitesine tekrar geri gönderilerek, su ve enerji sarfiyatı minimuma indirgenir. Çimstone ürünlerinde efekt malzeme olarak kullanılan cam ve ayna kırıkları geri dönüşümden sağlanır. Daha az enerji tüketimi, daha az fire, yüksek oranda su ve enerji tasarrufu ile Çimstone, sürdürülebilir çevreye dost ürünler kategorisinde yer alır.

MUTLAK MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Tezgah sektöründe ilk kez markalı ürün hizmeti sunan Çimstone, kurumsal güvence, kaliteli ürün ve müşteri odaklı hizmet yaklaşımları ile öne çıkıyor. Doğal kompoze taş sektörünün ülkemizdeki öncüsü Çimstone, tüm mimar ve mühendislere geleceğin mekanlarını yaratmakta sınırsız imkanlar sunmayı hedefliyor.

SEMPUBLIC
Dijital Dünyada İşinizi Büyütüyor!

Google Ads
Yönetimi

SEO
Hizmeti

Sosyal Medya
Reklam & İçerik Yönetimi

Dijital Medya
Planlama

Web
Tasarımı

Akdeniz Mah. 1353 Sokak No:2 Armesa İş Merkezi K:1 Ofis No:11 Konak İzmir
0232 489 0 100 www.sempublic.com sempublic sempublic

SEMPUBLIC
DIGITAL MARKETING AGENCY

Yücesoy'dan insana dokunan projeler

1989 yılında İzmir'de kurulan ve bugüne kadar 40'ın üzerinde prestijli projeyi hayata geçiren Yücesoy Mühendislik, "İnsana dokunan projeler üretmek" mottosuyla İzmir'e değer katıyor. Yücesoy Mühendislik Yönetim Kurulu Başkanı Cem Yücesoy, "Gayrimenkul sektörünün ülkemiz ekonomisinin lokomotifi olduğunun bilincindeyiz. Ülkemiz adına daha fazla sorumluluk almak için elimizden geleni yapıyoruz" diyor.

İlk olarak İzmir Buca'daki üniversite bölgesinde öğrencilere hitap eden konut ihtiyacını fark ederek, bölgede konut üretimine başlayan Yücesoy Mühendislik, 2012 yılından bugüne kadar 2500'e yakın konut teslim etmiş bulunuyor. Sekiz ayrı şantiyede 290 bin metrekare konut ve ofis inşaatı yapan bir firma haline gelen Yücesoy Mühendislik, "insana dokunan projeler üretmek" mottosuyla İzmir'e değer katıyor.

ZAMANSIZ, MODASI GEÇMEYEN YAPILAR

Yücesoy Mühendislik, İzmir gibi geniş olanaklar sunan bir şehirde geleceği herkesten önce görerek, ulaşım ve gelişim akslarına yakın, hayatın içinde projeler var ediyor. Tasarımın, yaşamları değiştirme ve toplumları ileriye taşıma gücüne sahip olduğunu düşünen Yücesoy Mühendislik, fonksiyonellik ve estetiği ahenkle birleştirerek zamansız, modası geçmeyen yapılar inşa ediyor.

Cem Yücesoy

SOSYAL SORUMLULUK PROJELERİ

Sosyal sorumluluk ve topluma katkı amaçlarını projelerinin temeline koyan Yücesoy Mühendislik, başarılarıyla aynı oranda büyüyen bu anlayışıyla faaliyetlerini daha da anlamlı hale getirdi.

Yücesoy Mühendislik, daha iyi bir gelecek için, eksik gördüğü her alanda topluma destek katmak için elini taşın altına koymaktan çekinmeyen bir anlayışı benimsiyor. Bu amaçla şirket, Karşıyaka'da Şebnem Tabak Çocuk Kütüphanesi'ni yaparak belediyeye bağışladı. Kütüphanenin içerisinde 1.000 kitabın yer aldığı okuma ve etkinlik salonlarının yanı sıra, oyun/oyuncak odası, resim atölyesi ve müzik etkinlik odası da tasarlandı.

Spora destek veriyor

Karşıyaka basketbol takımına, Türkiye Şampiyonluğu'nu kazandığı 2014-2015 yılında ana sponsor olarak destek veren Yücesoy Mühendislik, spor alanında da desteğini gösterdi.

Yücesoy Mühendislik, amatör branşlarda faaliyet gösteren Seyrek Belediyespor Kulübü'ne de geleceğin sporcularını yetiştirmesi adına destek vermeye devam ediyor.

Yücesoy Mühendislik, bir evi ev yapan özelliklere yoğunlaştığı kadar, daima kazanç sağlayacak kriterleri de planlıyor. Lokasyon seçiminden, nüfus analizine kadar gerekli her bilgiyi analiz ediyor.

Yücesoy Mühendislik, her projesini inşa ederken çevreye, paydaşlarına ve müşterilerine karşı sorumluluklarını da şeffaf ve dürüst bir yaklaşımla yerine getiriyor.

1,5 MİLYAR LİRA YATIRIM BEDELİNE ULAŞACAK

İzmir'in çevresinde yarattığı istihdam ve şehirleşmeyle çevreyi merkeze taşıyan konutlar üreten Yücesoy Mühendislik, İzmirlilerin tüm insani beklentilerini dikkate alarak ulaşılabilir fiyatlara ve talebe yönelik ürettiği konut projeleriyle, İzmir'in marka gayrimenkul şirketi konumuna yükseldi. Yücesoy Mühendislik, toplamda süren projelerle beraber 800 milyon TL'lik yatırım bedeline ulaşmış durumda. Kesinleşmiş projelerle birlikte bu tutar 2023'e

kadar 3,5 milyar TL'yi bulacak.

CEM YÜCESOY: SORUMLULUK ALIYORUZ

Yücesoy Mühendislik Yönetim Kurulu Başkanı Cem Yücesoy, gayrimenkul sektörüne bakışını ve şirket yaklaşımlarını şu şekilde ifade ediyor:

"Temellerini 1990'larda attığımız Yücesoy Mühendislik olarak, içinde bulunduğumuz gayrimenkul sektörünün, ülkemiz ekonomisinin lokomotifi olduğunun bilincindeyiz. Bu bilinçle ülkemiz adına daha fazla sorumluluk almak için elimizden geleni yapıyoruz.

Arzın hızla artması ve buna karşılık talebin de tüm negatif senaryolara rağmen asla düşmemesi bize tek bir şey gösteriyor: İnsanlar daha modern, daha iyi planlanmış ve en önemlisi de ailesi ile birlikte keyifle yaşayacağı evler istiyor. Biz de bu haklı isteğin bilinci ile yolumuzu çizerek, insana dokunan projeler üretiyoruz.

Yücesoy Mühendislik olarak, İzmir'in çevresinde yarattığımız istihdam ve şehirleşme ile çevreyi merkeze taşıyan konutlar ürettik. İzmirlilerin tüm insani beklentilerini dikkate alarak ulaşılabilir fiyatlara ve talebe yönelik ürettiğimiz konut projeleriyle, İzmir'in marka gayrimenkul şirketi konumuna yükseldik.

Bu konumumuz, İzmir için yeni yatırım enstrümanları geliştirmemize vesile oldu. Bugüne kadar 1.650 konut ürettik, 1.500 konut da yapım aşamasında. Tüm projelerimizde hem aileler hem yatırımcılar için olası tüm avantajları gözeterek hareket ediyoruz.

Yücesoy Mühendislik olarak son sözümüz ve dileğimiz, insanları konforlu yaşam şartlarıyla buluştururken, onları yeşil alanlardan ve ulaşım ağından mahrum bırakmayan, fiyat politikasını belirlerken insaf ve imarı birlikte gözeten bir marka olarak bilinmektir."

KUZEYŞEHİR PROJESİYLE ÖDÜL ALDI

Eğitim, sanayi ve ticaret projeleriyle İzmir'in hızla gelişen bölgeleri arasında en başta gelen ilçelerden olan Menemen'de, İzmirlileri konforlu bir yaşamda kolayca ev sahibi yapan KuzeyŞehir, yakaladığı başarılı satış rakamlarıyla dikkat çekti. "En İyi Çok Katlı Konut Projesi" ödülünü de almaya hak kazanarak İzmir'de bir marka haline gelen KuzeyŞehir'in yeni projesi KuzeyŞehir Koru, daha yeşil ve daha ayrıcalıklı yaşam konseptiyle İzmir'de ev sahibi olmak isteyenlere yepyeni bir umut oluyor.

Yücesoy Statü 2 projesi başlıyor
İzmir merkezine sadece 20 dakika uzaklıkta modern bir kentleşme anlayışıyla gelişen Ulukent'in en önemli yaşam projelerinden biri olan Yücesoy Statü'ye gösterilen büyük ilgiden sonra Yücesoy Mühendislik şimdi de aynı bölgede hayata geçecek olan Statü 2 ile İzmirlilerin karşısına çıkmaya hazırlanıyor.

Bornova'da Yücesoy Santrall kuruluyor
Yemyeşil doğası ve mis gibi havasıyla "İzmir'in Akciğeri" Bornova'da yer alan Yücesoy Santrall projesi, başta Ege ve Yaşar Üniversitesi'ne olan yakınlığı ile öğrenci nüfusunun yoğun olduğu bir bölgede konumlanmış durumda. Bu da hem bölgenin hem de projenin enerjisini yükseltiyor. Yücesoy Santrall, İzmirlileri stil sahibi bir yaşamla buluşturuyor.

Yücesoy Konsept Çiğli'de
İzmir'in Çiğli bölgesinde, Katip Çelebi Üniversitesi'ne yürüme mesafesinde yer alan Yücesoy Konsept, bölgedeki "düşük metrekareli lüks konut" ihtiyacına, benzersiz bir çözüm sunuyor.

Özlenen mahalle hayatı Yücesoy'da
Yemyeşil, doğayla iç içe bir bölgede, özlenen mahalle hayatını sunan Yücesoy Mahalle, yeni sakinlerine huzur ve güven dolu bir yaşam vaat ediyor.

Metrofis Bornova'da
Bornova'da yer alan Yücesoy Metrofis, zamana büyük önem veren iş insanları için tasarlandı. Proje, avantajlı konumu ve teknolojik altyapısı ile hızlı, dinamik iş hayatı koşullarına birebir uyum sağlıyor.

İdea'l Ofis Bayraklı'da
Merkezi iş alanı olarak kabul edilen Bayraklı'da, Ankara asfaltı üzerinde yer alan İdea'l Ofis, insan-doğa merkezli bir tasarım anlayışıyla kurgulandı. Tüm hatlarıyla kullanıcı dostu olan İdea'l Ofis, ofis yerleşim alanları ve temiz havaya doğrudan ulaşım sağlayan balkonlarıyla İzmir'in en dengeli projesi.

Ankaralı Gordion'dan İzmir'e 'Altın Orman'

İzmir'in Türkiye'nin İstanbul'dan sonraki 2'nci büyükşehri olmasının yanı sıra diğer avantajlarıyla her açıdan gittikçe büyüyen ve gelişen bir kent olması yatırımcıları buraya çekiyor. Rotasını İzmir'e çeviren Ankara merkezli Gürtaş İnşaat/Gordion Group, 600 milyon liralık yatırımla Bornova Altındağ'a 'Altın Orman' kuruyor. Altın Orman konut projesinin İzmir'deki ilk yatırımları olduğunu belirten Altın Orman'ın Satış Müdürü Tuna Uğurluel, bin 215 konutun yer aldığı projenin 2020'de tamamlanacağını söyledi.

Gürtaş İnşaat/Gordion Group, İzmir'deki ilk projesini Bornova Altındağ'da hayata geçirdi. Ankara merkezli şirket, bin 215 konutun yer aldığı 'Altın Orman Projesi'ni 2020'de tamamlamayı, 5 yıl içerisinde de İzmir'de 1 milyon metrekarelik konut ve ticari projeyi bitirmeyi hedefliyor. "Projemize İzmir ve yurtdışından ilgi büyük. Bu sayede 400'üncü satışımızı kısa bir sürede gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyoruz" diyen Altın Orman Satış Müdürü Tuna Uğurluel, dergimiz Capital'in sorularımızı şöyle yanıtladı:

Firmanızın kuruluş hikayesini anlatır mısınız? Altın Orman İzmir'deki ilk yatırımınız mı?

İstanbul'da 1982'de kurulan Gürtaş İnşaat, 1987'de merkezini Ankara'ya taşıdı. Bugüne kadar toplamda 4 milyon 500 bin metrekarelik, başyapıt sayılabilecek 300'ün üzerinde projeye imza attı. Misyonunu ve vizyonunu kalite ve güven üzerine inşa eden Gürtaş, bu sayede Türk müteahhitlik sektöründe üst sıralarda yer alan ismini daha da yukarılara taşımayı ve başarı grafiğini sürekli yükseltmeyi amaç edindi. Deneyimini Avrupa'ya taşıyan firmamız, aynı düşünce ve vizyonuyla yurtdışında hem yatırımcılık, hem

BÖLGE MÜDÜRLÜKLERİ İZMİR'E TAŞINIYOR

Özellikle İzmir'in merkez ilçesi konumunda olan Aliağa, mevcut rafinerisi ve Soccar'ın yeni yaptığı rafineri ile birlikte yapımı planlanan 2 adet rafineriyle, petrokimya sanayinde Türkiye'nin üssü konumunda. İzmir'in son yıllardaki hızlı gelişimi sonucunda Türkiye'de faaliyet gösteren uluslararası şirketlerin bir kısmı bölge müdürlüklerini İzmir'e taşıdı. İzmir'de kişilerin yaşam maliyetinin Ankara ve İstanbul'a göre ucuz olması, İzmir'in tarih ve turizm merkezi olması, iklim ve doğa güzelliği olması, sanayi ve ticaretin hızla gelişmesi, turizm yatırımlarının artmasıyla yakında hizmete girecek olan sanayi tesisleri, Çandarlı Limanı, İzmir-İstanbul Otoyolu, İzmir-Ankara Hızlı Tren Yolu, Çanakkale Boğaz Köprüsü gibi önemli yatırımlarla buralarda çalışacak insan sayısındaki artışlardan dolayı İzmir diğer illerden her sene ciddi sayıda göç alıyor. Nüfusu artıyor. Ayrıca İzmir'de birçok devlet ve vakıf üniversitesi bulunuyor. İzmir ve ilçelerinde eğitim seviyesi de yüksek.

müteahhitlik hizmetlerine devam ediyor. Türk müteahhitliğinin yurtdışında tanınmasına öncü olmakla, modern yaşamı insanların hizmetine sunmayı sağlayan AVM ve toplu konut projeleri üretmeye de devam ediyoruz. Altın Orman konut projemiz ise İzmir'deki ilk yatırımımız.

Altın Orman konut projesi hakkında bilgi verir misiniz?

Altın Orman projesi kendine ait huzur veren ormanı, 28 bin metrekare peyzaj ve 180 bin metrekare inşaat alanıyla kuzey, güney perspektifine sahip bin 215 konuttan oluşuyor. Konutların yüzde 80'i deniz görüyor. Yıldız üçgen tarzında 3 bloktan oluşan proje için toplam 600 milyon TL yatırım yapıyoruz. Altın Orman, Uçan Yol projesinin hemen yanında ulaşımın en kolay olduğu bir lokasyonda. Aralık 2019'da bitmesi planlanan Uçan Yol'un bir bölümü tünel, bir bölümü viyadükten oluşan 7 km'lik kısmı, Altın Orman'da yaşayacaklara büyük kolaylık sağlayacak.

Altın Orman'da öne çıkan özellikler neler? Satışlarınız ne aşamada?

Doğa dostu bu projede sosyal tesisler, ailece birlikte keyifli vakit geçirilebilecek alanlar, market, kafe-restoran, eczane, kuru temizleme gibi birçok ticari alan yer alıyor. 15 bin metrekarelik kendine ait korusu, sonsuzluk havuzu, süs havuzları, basketbol sahası, mini futbol sahası, evcil hayvanların gezeceği özel serbest alanlar, hayvan bakım ünitesi, pet hotel, çocuk oyun alan ve parkları, orman içinde ağaç evler, koruluk içerisinde piknik alanları, bisiklet yolları, pergoleler, yürüyüş yolları, hobi bahçeleri, meyve bahçeleri, fitness, sauna, squash, toplantı ve özel günler için çok amaçlı salon, küçük çocuklar için süreli çocuk kulübü bulunuyor. Projemize İzmir'in yanı sıra yurtdışından da ilgi büyük. Bu sayede 400'üncü satışımızı kısa bir sürede gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyoruz.

Altın Orman'dan konut almayı tercih edenler hangi kesimler?

Yaşam alanı olarak çok farklı bir konsepte sahibiz. Sosyal donatı olarak da zengin bir proje olduğumuzdan özellikle ailelerin yoğun ilgi duyduğu ve alım yaptığı bir projeyiz. Aynı zamanda Uçan Yol'un bölgeye katacağı değeri göz önünde bulunduran yatırımcıların da dikkatini çeken bir proje oldu Altın Orman.

Önümüzdeki dönemde İzmir'e yeni yatırım planlarınız var mı? Hangi bölgelere ne tür yatırımlar planlıyorsunuz?

Biz Gordion olarak bundan sonraki süreçte İzmir'i hedef bölge olarak belirledik. Fizibilite çalışması devam eden 2 konut projesine önümüzdeki dönemde başlayacağız.

İzmir'de gayrimenkul sektöründeki gelişmeleri nasıl değerlendiriyorsunuz?

İzmir'i tercih etme nedenlerimizden biri de kentin ciddi bir cazibe merkezi olması. Ayrıca, İzmir'deki mevcut yapı stokunun yüzde 65'inin nitelikli olmadığı da bir gerçek. Bu yenilenmeli. Göçle birlikte İzmir'de önümüzdeki 20 yıl nitelikli konuta ihtiyaç olacağını düşünüyoruz.

Firma ve sektör olarak nasıl bir yıl geçirdiniz? 2019'dan beklenti ve hedefleriniz neler?

2018, ülkemizde yaşanılan ekonomik sorunlar nedeniyle hiçbir sektörde beklentileri karşılamadı. Olumsuz yönde en çok etkilenen konut piyasası olmasına rağmen, firma olarak yurtdışı satışlarımızla 2018 hedeflerimizi yüzde 70 oranında yakaladık. 2019 yılında ekonomik sorunların gittikçe azalacağını ve 2018'de ertelenen alımların gerçekleşmesiyle konut sektörünün daha iyi olacağını düşünüyoruz.

YATIRIM ROTASINI İZMİR'E ÇEVİRDİK

"İzmir Türkiye'nin İstanbul'dan sonraki 2'nci büyükşehri olmasının yanı sıra diğer avantajlarıyla her açıdan gittikçe büyüyen ve gelişen bir kent" diyen Tuna Uğurluel, yatırım için rotayı İzmir'e çevirme nedenlerini şöyle anlatıyor; "İzmir ekonomisi tarım, sanayi, turizm, makine ve elektronik, sanayi ve ticaretin gelişmesiyle Türkiye ortalamasının üzerinde bir gelire sahip. Özellikle son yıllarda İstanbul'un aşırı büyümesi ve bunun neden olduğu kentsel sorunlar, sanayici açısından yatırım, lojistik ve üretim maliyetini artırıyor. Bu nedenle deniz, hava, kara yolu ve demir yolu ulaşımıyla hem Avrupa'ya hem de Türkiye geneline ürün sevkiyatının kolayca yapılabildiği İzmir, alternatif olarak sanayi ve ticaret şirketlerinin tercih ettiği bir il oluyor. Çok sayıda organize sanayi siteleri, serbest bölgeleri ve ayrıca sanayi kenti Manisa'nın 20 dakika mesafede olması nedeniyle İzmir'de özellikle petrokimya, makine, elektronik ve tarıma dayalı sanayi hızla gelişiyor.

Şehrin kalbinin attığı yerde

İzmir'in merkezinde bulunan Swissotel Büyük Efes, iş ve alışveriş sahalarına, fuar alanına ve muhteşem Kordon'a yürüme mesafesindeki konumuyla, adeta şehrin kalbinin attığı yerde misafirlerini ağırlıyor.

Sayısız tarihi güzellikleri ile dünyanın en eski ve en güzel şehirlerinden biri olan İzmir'in merkezinde bulunan Swissôtel Büyük Efes, şehrin dinamik iş ve alışveriş sahalarına olan yakınlığı, Uluslararası İzmir Fuar Alanı'na, Arkeoloji Müzesi ve İzmir Körfezi kıyısındaki muhteşem Kordon'a yürüme mesafesindeki konumuyla ulaşım açısından misafirlerine büyük bir rahatlık sağlıyor.

Adnan Menderes Havaalanı'na 15 km uzaklıktaki otel, misafirlerini, İzmir şehir hayatının kalbinin attığı yerde ağırlıyor. Otelin, 55'i özel tasarlanmış suitlerden oluşan, son teknolojilerle donanımlı 402 odası, gerek iş, gerekse eğlence amaçlı seyahat eden misafirlerin tüm ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde düzenlenmiş.

ADETA SANAT GALERİSİ

Devasa bir sanat galerisini andıran Swissôtel Büyük Efes'te, Büyük Efes Sanat koleksiyonu bünyesinde ulusal ve uluslararası önemli sanat eserleri sergileniyor. Hem Türk Çağdaş Sanatı hem de İzmir için tarihi bir değere sahip olan bu eserler, oteli ziyaret eden konuklar için birer sürpriz niteliğinde. Otel girişinde misafirleri dünyaca ünlü Kolombiyalı sanatçı Botero'nun 2,5 metre boyundaki Atlı Adam heykeli karşılıyor. Venice Güzel Sanatlar Akademisi'nden mezun olan Rabarama, diğer adıyla Paola Epifani'nin eseri "Giyotin" ve Turner ödüllü sanatçı Antony Gormley'nin TIP adlı eserleri de Swissôtel Büyük Efes'in bahçelerinde yer alıyor. Aktör ve heykeltraş Lorenzo Quinn'in "Aşk" isimli eseri de koleksiyonun önemli parçaları arasında bulunuyor.

Ayrıca otel odalarının her birinde Türk çağdaş sanatının önemli temsilcilerinden Devrim Erbil'in, her oda için farklı renklerde tasarladığı, İzmir'i anlatan çalışmaları bulunuyor. Bu özel koleksiyon, aralarında Bedri Rahmi Eyüboğlu, Jale Yılmabaşar, Attila Galatalı gibi Türkiye'nin değerli sanatçılarından oluşan bir sanatçı grubunun eserlerini de içeriyor.

BÜYÜK EFES KONGRE MERKEZİ

Toplam 7 bin 316 metrekarelik alan üzerinde, teknolojik donanımıyla dikkat çeken bölünebilir 19 toplantı salonu, konferans ve balo salonlarıyla Büyük Efes Kongre Merkezi, her türlü etkinlik ve organizasyon için mekan alternatifleri sunuyor.

ALPLERDEN İLHAM ALAN BİR SPA MERKEZİ

Çağdaş ve şık tasarımıyla 5 bin 500 metrekarelik bir alanda yer alan Pürovel Spa & Sport, Alpler'den ilham alarak misafirlerine sağlıklı bir yaşam tarzı sunuyor. Her türlü kişisel hizmet ve konforu sağlamak için tasarlanan Pürovel Spa & Sport İzmir'de 14 bakım odası, çiftler için özel Presidential Wellness Suite, hidroterapi odası, solaryum, dinlenme alanları, Türk Hamamı, buhar odası, sauna, jakuzi, kapalı ve açık yüzme havuzları, pilates stüdyoları, grup fitness dersleri, personal training ile açık tenis kortu bulunuyor.

ŞEHİRDEKİ EN İYİ YEMEK VE EĞLENCE

Otel bünyesinde yer alan tüm restoranlarda, geleneksel Türk ve çağdaş dünya mutfaklarının en seçkin örnekleri sunuluyor. Otelin

ana restoranı Café Swiss, başta Türk ve İsviçre Mutfağı olmak üzere, Avrupa mutfaklarının en güzel örnekleri ile misafirlerinin hizmetinde. Şehirdeki en iyi yemek deneyimini yaşatmak üzere tasarlanmış 9. katta bulunan Equinox, İzmir Körfezi'nin benzersiz güzellikteki manzarası eşliğinde dünya mutfağından örnekleri, şık bir atmosferde sunuyor.

Equinox'un hemen yanındaki Sky Bar, nefes kesen deniz manzarası, canlı müzik ve DJ performansları, lezzetli kokteylleriyle misafirlere keyifli saatler vadediyor. Hem açık hem de kapalı alana sahip olan Aquarium, canlı müzik eşliğinde Türk ve Yunan Mutfağı'nın zengin meze çeşitleri, ızgara balık ve et alternatiflerini misafirlerin beğenisine sunuyor. Swissôtel Büyük Efes İzmir'in lobisinde ev yapımı çikolataları, pastaları kurabiyeleri ile Swiss Gourmet, damaklarda unutulmaz lezzetler bırakıyor.

Atatürk Havalimanı'nı Arkas Lojistik taşıyacak

Büyük Göçün arkasındaki "Lojistik Mühendisi" Arkas Lojistik oldu. İstanbul'un yeni havalimanına taşınma hazırlıkları tüm hızıyla devam ederken, Türk Hava Yolları büyük yer ekipmanlarının taşıması için yol arkadaşı olarak Arkas Lojistik'i seçti.

İstanbul Yeni Havalimanı'na taşınma planları, rotalar ve diğer çalışmalar tüm hızıyla devam ediyor. Arkasında çok ciddi bir "lojistik mühendisliği" olan projede Arkas Lojistik, Türk Hava Yolları'nın yeni evine taşınması konusunda sekiz aydan fazla süredir aşama aşama planlama yapıyor.

Atatürk Havalimanı'ndan 45 kilometre uzaklıktaki İstanbul Yeni Havalimanı'na taşınmanın dünya havacılık tarihinin en büyük taşınma olayı olduğu belirtiliyor.

Tarihe geçecek bu operasyonu özellikle ağır taşımaları üstlenen Arkas Lojistik, birbirinden farklı lojistik araçları ve ekipmanlarıyla gerçekleştirecek. FTL Kapaklı, FTL Tenteli ve Lowbed'in yanı sıra konteyner iş makinesi ile gerçekleştireceği taşımada Arkas Lojistik, lashing ile stuffing hizmeti de verecek. Büyük taşınmanın toplamda 5 binden fazla TIR ile 45 saatte tamamlanması hedefleniyor.

Ağır yüklere özel taşıma teknikleri ve büyük vinçler gibi ekipmanların yanında hızın da çok önem kazandığı bu çalışmada; istenilen hızda ve zamanda taşımanın gerçekleştirilmesi için simülasyon çalışmalarından, yük takibini sağlayacak barkod sistemine ve çalışacak personelin eğitimine kadar birçok konu en ince detayına kadar planlandı.

Onur Göçmez

ARKAS LOJİSTİK'TEN "LOJİSTİK MÜHENDİSLİĞİ"

Arkas Lojistik Genel Müdürü Onur Göçmez, bu projeyi şekillendirmek için tüm ekiplerin altı ay boyunca aralıksız ve incelikle çalıştığını belirterek, işin matematiğinin önemini vurguluyor ve bu taşımanın "lojistik mühendisliği" olarak tanımlanabileceğini belirtiyor. Deneme taşımaları ile sürekli kendilerini geliştirdiklerini ve farklı çözümler uyguladıklarını belirten Onur Göçmez, taşıma sürecinin sorunsuz şekilde ilerlemesi adına gerekli teknolojik yatırımların da yapıldığını açıklıyor. Geliştirilen özel bir yazılım ile barkodlama yapılarak taşınacak her ekipmanın stoklarını, sisteme aktarımını, hangi araca yüklendiğini, takibini ve performans değerlendirmelerini yapabileceklerini belirten Göçmez, ayrıca tüm taşıma araçlarının GPRS sistemiyle takip edileceğini, araçların nerede ne kadar süre boyunca durduğuna kadar, taşıma boyunca katettiği yolun ve zamanın an be an kontrol edileceğine dikkat çekiyor ve bu projede yer almaktan heyecan duyduklarını belirtiyor.

ÖNCE İNSAN VE İŞ GÜVENLİĞİ

Operasyonun her adımında iş sağlığı ve güvenliğini odağına alan Arkas Lojistik, benimsediği "Önce İnsan" felsefesi ile kadrosunda bulunan İş Sağlığı ve Güvenliği (ISG) uzmanları ve deneyimli operasyon ekiplerinin özverili çalışmaları sayesinde taşımayı sıfır iş kazası ile yapmayı hedefliyor.

THY: GÜVENİLİR BİR YOL ARKADAŞI SEÇTİK

Türk Hava Yolları Genel Müdür Yardımcısı Dr. Ahmet Bolat, bayrak taşıyıcının yeni evine taşınma sürecinde Arkas Holding ile yaptıkları işbirliği ile ilgili olarak, "Bu operasyon bizi bir havalimanından diğerine ulaştırmakla kalmayacak aynı zamanda ülkemizi dünya sivil havacılığın merkezi konumuna taşıyacak bir başlangıç olacak. 44 ton ağırlığındaki uçak çekme aparatlarından çok hassas aletlere kadar 5 bin tırın taşıyacağı kadar yükümüz var. Bu 5 bin tır peş peşe geldiğinde yaklaşık 100 kilometrelik bir uzunluk oluşuyor. Tüm dünyanın bizi izleyeceği bu devasa yolculukta kendimize güvenilir bir yol arkadaşı seçmemiz gerekiyordu. Bu nedenle Türkiye'nin en büyük lojistik firmalarından olan Arkas Lojistik ile çalışmayı tercih ettik" diye konuşuyor.

Teco dengeli ve sağlam büyüyecek

Yurt çapında 350'den fazla bayisi olan Teco Petrolcülük, önümüzdeki yıllarda dengeli ve sağlam bir yapıda büyümeyi hedefliyor. Genel Müdür Mustafa Yalçınkaya, "Çağın gerekliliğini yakalamak için gelişen teknolojiyi takip etmeye ve yenilikçi hizmetleri bayilerimize sunmaya devam edeceğiz" diyor.

Yalçınkayalar Petrol olarak akaryakıt sektörüne giriş yapan Mustafa Yalçınkaya ve oğulları aslen Kayserili. İzmir merkezli kurulan ve Teco Petrolcülük adıyla 2005 yılında akaryakıt dağıtım lisansı alan firma, sektördeki konumunu pekiştirmiş durumda.

2012 yılından itibaren hızlı ve kaliteli bir yol izleyen Teco Petrolcülük bu doğrultuda, yeni bayiliklerine öncelik verdi. Teco Petrolcülük, Türkiye genelinde bayi yapısına, kriterlerine ve hedeflerine uygun girişimlerde bulundu. Yurt çapında 350'den fazla bayisi olan firma, önümüzdeki yıllarda dengeli ve sağlam bir yapıda büyümeyi hedefliyor.

Kurumsallaşan ve markalaşan Teco Petrolcülük A.Ş, yeryüzündeki ve gökyüzündeki güç, başarı ve kendine güveni göstermeyi simgeleyen "Kanatlı Aslanı" logo olarak kullanmış. Turkish Energy Company-Teco'nun logosu olan Kanatlı Aslan, bu kültür mozaiğinden esinlenerek hazırlanmış.

YERLİ VE MİLLİ AKARYAKIT DÖNEMİ

Türkiye de ilk ve tek olarak, yerli ve milli akaryakıt dönemini başlatan firma, sektörde kaliteli hizmetin ve yerli sermayenin gücünü hissettirmeyi amaçlıyor. Bugün Teco Petrolcülük bünyesinde 140 kişi istihdam ediliyor.

İzmir Aliağa'da bulunan 28.000 m2 üzerine kurulu dolum tesisi, akaryakıt dağıtım tanker filosu ve Türkiye genelinde 350'yi aşkın bayiliği bulunan Teco Petrolcülük, başta Ege ve Marmara bölgesi olmak üzere 7 bölgede aktif olarak yer alıyor.

Ülke genelinde tanınan Teco Petrol, 2015 yılında bünyesine Teco Marine departmanını da katarak, deniz araçlarına akaryakıt satışında aktif rol oynayıp yurtdışında da akaryakıt ikmallerine başladı. Ege ve Akdeniz kıyılarında yakıt ikmalleri yapmaya devam ediyor. Teco Petrolcülük Genel Müdürü Mustafa Yalçınkaya; "Çağın gerekliliğini yakalamak için gelişen teknolojiyi takip etmeye ve yenilikçi hizmetleri bayilerimize sunmaya devam edeceğiz" cümlesiyle teknolojinin ve çağın ilerisinde olmanın önemini belirtiyor.

Şirket, yıllık bütçe, AR-GE ve inovasyon çalışmalarına önemli bir bütçe ayırıyor. Örneğin İstanbul'da olan bir firma yetkilisi, Van'da yakıt alan aracının yakıtını tek tuşla kontrol altına alabiliyor, otomasyon sisteminde anlık olarak bayilerin tüm alış satış detayları takip edilebiliyor.

ÖTV KARARI TÜKETİCİYİ KORUYOR

2018 yılında akaryakıt sektörü döviz kaynaklı hareketler nedeniyle zorluklar yaşasa da, Teco Petrolcülük dengede durmak ve dengeli büyüme politikasını gelecek yıllarda da sürdürmeyi hedefliyor.

Devletin kur artışlarından doğan akaryakıt zamlarını birim fiyatlara yansıtmak yerine ÖTV'den karşılamasının, tüketiciyi koruyan sevindirici bir hamle olduğu görüşü ifade ediliyor.

Teco Petrolcülüğün Türkiye genelinde, Fortune 500'de cirosu en yüksek ilk 500 firma listesine 137. sırada yer alması Türkiye'deki konumunun en güzel göstergesi.

Teco Petrolcülük Ailesi misyonlarını; "Daima dinamik yapıda, değerlerine, çevre ve topluma saygı bilinci içerisinde, ülke ekonomisine katkıda bulunma vizyonunda ilerlemek. Türkiye'ye, yüzde 100 yerli ve milli sermayeye güvenmek, dürüst ve kesintisiz hizmet vermek, bu değerler doğrultusunda kaliteli ürünü uygun fiyat ve en iyi hizmetle müşterilerine ulaştırmak" olarak belirtmiştir.

Norm Holding, ABD pazarında büyüyecek

AR-GE çalışmalarına büyük önem veren ve 2011 yılında AR-GE Merkezi unvanı almaya hak kazanan Norm Holding, katma değeri yüksek ürünler üzerindeki çalışmalarıyla dikkat çekiyor. İhracat pazarlarını genişletme çalışmalarını sürdüren Norm Holding, ABD'de kurduğu lojistik üs ile Amerika kıtasına da açıldı. Norm Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nedim Uysal, ABD pazarında büyümeyi hedeflediklerini söyledi.

Türkiye'nin ilk 500 şirketi arasında 87 milyon dolarlık ihracat rakamıyla 169'uncu sırada yer alan Norm Cıvata'nın da bünyesinde bulunduğu Norm Holding, 2013-2016 yılları arasında Türkiye'nin GSYH artış hızının iki katı üzerinde büyüme başarısı gösteren şirketler arasında yer aldı.

Norm Holding, bünyesindeki Norm Cıvata ile Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından her yıl düzenlenen özel sektör AR-GE Merkezleri Zirvesi'nde 'metal ürünler' kategorisinde Türkiye 1'inciliğine sahip. Ata toprağı Salihli'de de yatırımlarını artıran, ihracat pazarlarını genişletme atılımlarını sürdüren Norm Holding, ABD'de kurduğu lojistik üs ile geçtiğimiz ay Amerika kıtasına da açıldı.

Nedim Uysal

Lansing'de kurulan Norm Fastaners Co şirketi ile önceliklerinin satış ve pazarlama, depo ve lojistik süreçlerinde mükemmelliği öne çıkarmak olduğunu ifade eden Norm Holding Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nedim Uysal, ABD merkezli dünyanın önde gelen elektrikli araç üreticisi başta olmak üzere, tüm müşterilerine rekabetçi değerler sunmayı ve Amerika pazarında büyümeyi hedeflediklerini söylüyor.

İZMİR VE MANİSA'DA 9 ÜRETİM TESİSİ VAR

İzmir Bornova'da 45 yıl önce temelleri atılan Norm Holding, bugün İzmir ve Manisa/Salihli'de 9 ayrı üretim tesisi ve 5 farklı pazarlama şirketi ile dünya çapında bağlantı elemanları ihtiyacını karşılayan bir şirketler topluluğu olarak faaliyet gösteriyor.

2 bin 500'ün üzerinde çalışanı ve bünyesindeki sektör lideri şirketleri ile Türkiye'de üretim ve satış olarak bağlantı elemanları piyasasının lideri olan Norm, özellikle AR-GE alanında yaptığı çalışmalarla öne çıkıyor. Cıvata, somun, rotil, burç, vida, perçin ve özel ürünler dahil toplam 100 bin ton üretim rakamına ulaştıklarını vurgulayan Nedim Uysal, Norm Holding'in amiral gemisi Norm Cıvata'nın, son 10 yılda 4 katına ulaştığı üretim artışı ile Türkiye'de en hızlı üretim artışı ve büyümeyi sağlayan ilk 10 firma arasında yer aldığını söylüyor.

EN BÜYÜK 500 ŞİRKET ARASINDA

Norm Cıvata'nın, ilk 500 sıralamasına girdiği 2012 yılından bu yana sürekli yükselme trendinde olduğunu belirten Nedim Uysal, 2017 yılında 87 milyon dolarlık ihracat rakamı ile 169'uncu sıraya çıktıklarını kaydediyor. Aynı zamanda Türkiye'nin en parlak 100 şirketi arasında 37'nci sırada yer aldıklarını ifade eden Uysal, "Ford, Volkswagen Group, AUDI, Porsche, Tesla, Jaguar, Land Rover, Fiat, Renault, Mercedes Benz Türk, Daimler Kamyon, MAN, Toyota, BMC, Türk Traktör, İsveç'de Volvo ve Scania, PSA ile çalışıyoruz. Almanya, Fransa, İngiltere, Belçika, Hollanda, Polonya, İtalya, Brezilya, Meksika, Rusya ve Çin başta olmak üzere 50'nin üzerinde ülkeye ürünlerimizi ihraç ediyoruz. Fransa ve Almanya'da yer alan lojistik şirketlerimizden sonra ABD'de kurduğumuz şirket ve lojistik üs ile Amerika kıtasında da bağlantı elemanları alanındaki pazar payımızı arttıracağız" diye konuşuyor.

AR-GE ÇALIŞMALARIYLA GELEN ÖDÜL

Kurucuları Nedim Uysal'ın, Türkiye'de henüz hiç somun ve cıvata üretilmezken, ülkenin böyle bir sektöre ihtiyacı olduğunu öngörerek 1973 yılında 2 makineyle üretime başladığını anlatan Nedim Uysal, "AR-GE çalışmalarına büyük önem veriyoruz. 2011 yılında AR-GE Merkezi unvanı almaya hak kazandık. Patent veya faydalı model potansiyeli içeren, katma değeri yüksek ürünler üzerinde, yeni makina tasarım ve imalatı, özel ürün geliştirme ve prototip üretimi gibi AR-GE faaliyetlerini sürdürüyoruz. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın AR-GE Merkezleri Performans Endeks çalışmasına göre Metal Ürünler Kategorisinde 2016 yılı Türkiye AR-GE 1'inciliği ödülünü Norm Cıvata ile üst üste ikinci kez aldık. 2019'da da AR-GE faaliyetlerini hız vererek sürdüreceğiz" diyor.

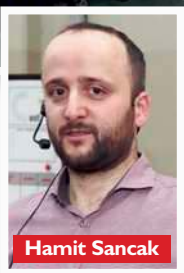
Volt Motor'dan çalışanlarına erken zam

Türkiye'nin en büyük elektrik motoru üreticisi olma yolunda ilerleyen Volt Motor, yılbaşını beklemeden çalışanlarının maaşlarına erken zam yaptı. Bu karar, Kemalpaşa Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan fabrikada çalışanlar tarafından sevinçle karşılandı.

Türkiye'nin en büyük elektrik motoru üreticisi olma yolunda ilerleyen Volt Motor, yılbaşı gelmeden çalışanlarının maaşlarına yüzde 8 oranında erken zam yaptı.

Volt Motor, Folkart, Pharmactive, Livamine şirketleri ile birlikte Saya Grup bünyesinde yer alıyor. Volt Motor Genel Müdürü Hamit Sancak, ülkenin içinden geçtiği zor günlerde çalışanlarına destek olmak istediklerini söylüyor.

Yılbaşı öncesi zam kararlarıyla ilgili açıklamada bulunan Hamit Sancak, "Volt Motor, Saya Grup'a 2011 yılında katıldı. 2017 yılında 30. yılını kutladı. VOLT Motor'un vizyonu; üretimde, ihracatta ve ciroda Türkiye'nin bir numaralı uluslararası motor markası olmak. Misyonu ise ürettiği teknolojik ve çevre dostu ürünlerle istihdam ve ihracatın gelişimine katkıda bulunmak. Bizler çalışanlarımızla birlikte bu hedeflere ulaşabileceğimizin bilinciyle hareket ediyoruz" diyor.



Hamit Sancak

Bu bilinçle çalışanlarıyla ilgili kararlarda onlara faydalı olacak adımlar atmak istediklerini dile getiren Hamit Sancak, "Çalışanlarımız ve aileleri bizler için çok kıymetli. Biz yaklaşık 500 kişi olarak, evlerimizdeki ailelerimizle birlikte binlerce mensubu bulunan bir aileyiz. Volt Motor Ailesi olarak ülkemizin içinden geçtiği zor günlerde çalışanlarımıza destek olmak istedik" diye konuşuyor.

'HEDEFİMİZ ELEKTRİK MOTORUNDA MARKA OLMAK'

Volt Motor'un hedeflerine çalışanları ile varabileceğini kaydeden Hamit Sancak, "Turquality'de bir üst lige, yani Şampiyonlar Ligi'ne çıkmak için çalışıyoruz. Bu amaca ulaşmak için operasyonlarımızı yapmaya devam ediyoruz. Turquality belgesini alan sektörümüzde kimse yok. Biz ilk olmayı istiyoruz. Yine 'Mükemmellik' seviyesinde 3 yıldızımızı 4 yıldıza çıkarmayı amaçlıyoruz. Hedefimiz Türkiye ve Elektrik motorları denilince akla ilk gelen marka olmak. Ayrıca dünyaya bu alanda en iyi ürünü yapan marka olmayı hedefliyoruz. İhracat yaptığımız ülkelerin sayısını her geçen yıl arttırarak, daha çok ülkeye ulaşacağız" ifadelerini kullanıyor.

40 ÜLKEYE İHRACAT YAPIYOR

1987 yılında kurulan Volt Motor, 2011 yılında Saya Grup bünyesine katıldı. Yaklaşık 500 çalışanının 15'i AR-GE merkezinde. Volt Motor, elektrik enerjisini mekanik enerjiye yani harekete çeviren çeşitli güçlerdeki elektrik motorları üretiyor ve pompa, redüktör, kompresör, makine imalat, tarım, hayvancılık, taşımacılık gibi sektörlerde kullanılıyor.

45 bin metrekarelik alanda birbirine komşu 2 ayrı tesiste üretim yapan Volt Motor, Türkiye'nin en büyük elektrik motor üreticilerinden biri konumunda. Ülkemizde kullanılan elektrik enerjisi tüketimini düşürmek ve enerji verimliliğini arttırmak adına yaptığı AR-GE çalışmalarıyla, Premium enerji seviyesi olan IE3 verim sınıfındaki elektrik motorlarını piyasaya sundu. Super Premium enerji seviyesindeki IE4 motorlarını da kendi AR-GE'si ve kendi patenti ile üretip, uluslararası pazardaki işbirliklerini sürdürmek hedefinde. Diğer taraftan da yeni geliştirdiği, yeni teknoloji ve kopmakt seri ürünü olan Voltpro ile dünyanın en verimli motorunu üretmeye ve bu ürününü ulusal ve uluslararası pazarlara sunmaya başladı. Volt Motor, Türkiye'nin ilk 500 sanayi şirketi arasındaki yerini almak ve başta Almanya olmak üzere diğer Avrupa ülkelerine ve Orta Doğu ülkelerine olan ihracatını geliştirmek hedefinde.

2018
Her yeni yaşımızda
1 yaş daha
gençleşiyoruz.
Türkiye'nin lider petrokimya üreticisi olarak hedefimiz, her gün teknolojiyi yakından takip etmek ve iş süreçlerimizi geliştirmektir. Bu sayede Türkiye'nin geleceği için üreten, emek harcayan herkesin hayallerini gerçekleştirmesine katkıda bulunuyoruz. Ekonomimizi sağlam temeller üstünde yükselterek, Türkiye'yi hep daha ileriye taşıyacak ve bunu hep genç kalarak başaracağız. Tam 53 yıldır yaptığımız gibi...
Türkiye Aşkının Kimyası
Petkim
1965
SOCAR

FOLKART
VEGA

ŞEHRİN EN PARLAK YILDIZI

Modern mimarisi ve panoramik körfez manzarasıyla
İzmir'in en iddialı projesi Folkart Vega karşınızda.
Lansmana özel avantajlarla...

| 444 22 78 | www.folkartvega.com |

AKBANK'IN ODAĞINDA GENÇLER VAR

AKBANK KSS

Aralık 2018

Akbank'ın katkılarıyla

gönüllü ORDUSU

Metro Türkiye Deniz Alkaç:

"POZİTİF ETKİ İÇİN ÇALIŞIYORUZ"

Yaşar Holding Mehmet Aktaş:

"UZUN SOLUKLU PROJELERİ ÖNEMSİYORUZ"

ETİ Hakan Polatoğlu:

"HEDEFİMİZDE SÜRDÜRÜLEBİLİR FAYDA VAR"

"SORUMLU" ÜRÜNLERİN YÜKSELİŞİ

CEO'NUN KSS HEYECANI

Editör

DUYARLI ŞİRKETLER

Türkiye'de sektöründe söz sahibi şirketler, hayata geçirdikleri KSS (kurumsal sosyal sorumluluk) projeleriyle öne çıkıyor. Akbank'tan Koç Topluluğu'na, Yaşar'dan Sabancı Holding'e kadar pek çok büyük kurum KSS'yi stratejisinin önemli bir parçası olarak görürken çalışanları ve CEO'larını da sosyal sorumluluk çalışmalarına ortak ediyor.

Elinizde tuttuğunuz ekte yer alan pek çok araştırmada KSS çalışmalarının sürdürülebilirliğinde CEO'nun projeyi sahiplenip bu alanda kurumuna liderlik etmesinin hayati önem taşıdığı ortaya çıkmış durumda. İşte bu nedenle yeni sayımızda, KSS çalışmalarının yakın takipçisi olan CEO'larla bir araya geldik ve onların en son katıldıkları sosyal sorumluluk projelerine sayfalarımızda yer verdik. Ağaç dikiminden çevre temizliğine, cinsiyet eşitliğinden eğitime kadar sosyal sorumluluk projelerinde yer alan CEO'lar yaptıkları çalışmaların etkilerini bizlerle paylaştı. Aileleri ve çalışanlarıyla birlikte KSS projelerine katıldıklarını anlatan CEO'lar, hayata geçirilen birçok projeyi yakından inceleyerek takipçisi olmaya gayret gösterdiklerini belirtiyor.

Gönüllü çalışanlar da KSS projelerinin sürdürülebilirliğinde en önemli başarı faktörleri arasında yer alıyor. Şirketlerin çoğu KSS projelerini yönetmek için şirket içinden bir gönüllü grubu oluşturuyor. Bu gruplar zaman içinde bir orduya dönüşmüş durumda. Şirketlerin gönüllü orduları yaptıkları çalışmalarla çevreye katkıda bulunurken aynı zamanda kurum içinde ekip çalışmasının da gelişimine katkı sağlıyorlar.

Duyarlı şirketler ve onların gönüllü ordularının artması dileğiyle...

Keyifli okumalar
Ayçe Tarcan Aksakal
aaksakal@capital.com.tr

İçindekiler

4 ODAKTA GENÇLER VAR
8 GÖNÜLLÜ ORDULARI
13 "PROBLEMLERİN ÇÖZÜMÜNE KATKIDA BULUNUYORUZ"
16 CEO'NUN KSS HEYECANI
20 "HEDEFTE SÜRDÜRÜLEBİLİR FAYDA VAR"
24 "SORUMLU" ÜRÜNLERİN YÜKSELİŞİ
28 GIDA ODAKLI KSS YAKLAŞIMI
32 KISA HABERLER

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü (Sorumlu) M. Rauf Ateş
Yayın Yönetmeni Sedef Seçkin Büyük
Yazı İşleri Müdürü Ebru Fırat
Haber Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel
Yazı İşleri Müdür Yardımcısı Nilüfer Gözütok Ünal
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Elçin Cirik, Yasemin Erdoğan, Aslı Sözbilir, Özlem Aydın Ayvacı
Haber Merkezi Hande Yavuz, Ayçe Aksakal, Nil Dumansızoğlu
Sayfa Yapımcısı Murat Engin Bilgin
Grafik Yaman Tetik
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Etkinlik ve Proje Direktörü Ali Erman İleri
Marka Müdürü Gökçe Aykaç Mutlu
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen Tel: 0 312 207 00 71

capital@capital.com.tr www.doganburda.com

Yönetim
Tüzel Kişi Temsilcisi Mehmet Rauf Ateş
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim ve Planlama Direktörü Yakup Kurtulmuş

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Grup Başkan Yardımcısı Seda Erdoğan Dal
Satış Koordinatörü Neyran Çınar
Satış Müdürü Burcu Acavut, Beril Güroğlu, Maya Yılmaz
Bölgeler Satış Müdürü Dilek Ünlü **Tel:** 0 212 336 53 72 **Faks:** 0 212 336 53 91
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka **Tel:** 0 212 336 53 61 - 62

Rezervasyon
Tel: 0 212 336 53 00-57-59 **Faks:** 0 212 336 53 92-93
Ankara Reklam Satış Müdürü Beliz Balıbey **Tel:** 0 312 207 00 72 -73
Hedef Sayfalar **Tel:** 0 212 336 53 70 **Faks:** 0 212 336 53 91

Uluslararası Reklam Satış Temsilcilerimiz
ALMANYA: Michael Neuwirth
T +49 89 9250 3629 / michael.neuwirth@burda.com
AVUSTURYA/İSVİÇRE: Christina Bresler
T. +43 1 230 60 3050 / Christina.Bresler@burda.com
FRANSA/LUKSEMBURG/BELÇİKA /HOLLANDA: Marion Badolle-Feick
T. +33 1 72 71 2524 / marion.badolle-feick@burda.com
İNGİLTERE/İRLANDA: Jeannine Soeldner
T. +44 20 3440 5832 / jeannine.soeldner@burda.com
ABD/KANADA/MEKSİKA: Salvatore Zammuto
T. +1 212 884 4824 / salvatore.zammuto@burda.com
YUNANİSTAN/PORTEKİZ /İSPANYA/HİNDİSTAN /ASYA: Jessica Loose
T. +49 89 92 50 2468 / jessica.loose@burda.com
İSKANDİNAV ÜLKELERİ: Ulrik Brostrom
T. +45 23 28 9769 / ubr@jbmedia.dk

Yönetim Yeri
Kuştepe Mah. Mecidiyeköy Yolu Cad. No:12 Trump Towers Kule 2
Kat:21-22-23 (34387) Şişli İstanbul
Tel: 0 212 410 32 00 **Faks:** 0 212 410 35 81

Baskı Uniprint Basım San. ve Tic. A.Ş. Ömerli Mah. Hadımköy-İstanbul Cad. No: 159 (34555) / İstanbul Tel: 0212 798 28 40 pbx Faks: 0212 798 20 63
www.apa.com.tr
Dağıtım Turkuvaz Dağıtım Pazarlama A.Ş.
Yayın Türü Yerel, süreli, aylık FIPP üyesidir.

Copyright © 2008 by G+J International Magazines GmbH, Hamburg
This magazine is published under license from G+J International Magazines GmbH. All rights to the licensed title/trademark and concept are owned by G+J International Magazines GmbH. Reproduction whether in whole or in part without permission of G+J International Magazines GmbH is prohibited. The title CAPITAL and the logo thereof are registered trademarks of or in trust of G+J International Magazines GmbH.

Copyright © 2008 G+J International Magazines GmbH, Hamburg
Bu dergi G+J International Magazines GmbH tarafından yayımlanmaktadır. Her türlü isim, marka ve konsept hakları G+J International Magazines GmbH'ye aittir. Herhangi bir metin ya da bölüm G+J International Magazines GmbH'nın izni olmaksızın alınmaz. Capital Dergisi'nin isim ve logosuna ait tüm ticari marka hakları G+J International Magazines GmbH'a aittir.

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13 abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Google play Available on the App Store

ODAKTA GENÇLER VAR

Caz Festivali, Düşünce Kulübü, CaseCampus ve Şehrin İyi Hali gibi pek çok sosyal sorumluluk projesini hayata geçiren Akbank, bu alandaki öncü rolünü sürdürüyor. Uzun ömürlü ve sürdürülebilir sosyal sorumluluk çalışmalarına imza atan bankanın hedefinde ağırlıklı olarak gençler, eğitim, girişimcilik ve kültür-sanat bulunuyor. Üniversitelilerle cazı buluşturan "Kampüste Caz" projesi 8 yılda yaklaşık 32 bin üniversiteliye ulaşırken girişimci düşünce yapısını, üniversiteli ve yeni mezun gençlerde yerleştirmeyi hedefleyen CaseCampus'den bugüne kadar 365 genç mezun oldu.

Türkiye'de sektöründe söz sahibi kurumlar uzun süreli KSS projeleriyle öne çıkıyor. Akbank da kurulduğu günden bu yana kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarında yer alıyor ve bunların uzun soluklu olmasına önem veriyor.
Türkiye'de çevresel, sosyal ve ekonomik performansın değerlendirildiği Sürdürülebilirlik Raporu'nu yayınlayan ilk banka olan Akbank, kültür-sanattan eğitime, girişimcilikten çevreye kadar pek çok alanda etkili ve uzun soluklu sosyal sorumluluk projeleri hayata geçiriyor.
Sürdürülebilirlik stratejisinin ana unsurunu ise toplumun yaşam kalitesini koruyarak ekonomik büyümeyi sağlayabilmek ve refah seviyesini sürdürülebilir bir şekilde yükseltebilmek oluşturuyor.
Akbank'ta bu çerçevede hayata geçirilen kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin uzun yıllar devam etmesine önem veriliyor.
Akbank'ın bundan 10 yıl önce gençlerle birlikte düşünmek ve Türkiye'nin geleceği için birlikte değer yaratmak amacıyla hayata geçirdiği "Akbank Düşünce Kulübü" de uzun soluklu projeleri arasında yer alıyor. Akbank Düşünce Kulübü Türkiye'nin önde gelen üniversitelerinden her yıl seçilen yeni üyeler ile toplam 170 üyeye ulaşmış durumda.

YENİLİKÇİ VE YARATICI FİKİRLER

Akbank Düşünce Kulübü'nde, her yıl üniversite 3'üncü sınıf öğrencileri önceden belirlenen bir temaya göre yenilikçi ve yaratıcı fikirler üretip birbirleriyle yarışıyor. Bu temalar müşteri kazanımdan genç girişimciliğe, finansal erişimden dijital dünyaya kadar çok farklı alanlarda olabiliyor. Gençler, hazırladıkları projeleri Akbank üst yöneticileri, akademisyenler ve konun

KAMPÜSTE CAZ 8'İNCİ YILINDA

BİNLERCE ÜNİVERSİTELİYE ULAŞTI **Akbank'ın üniversitelerle buluştuğu bir diğer sosyal sorumluluk çalışması da bu yıl 28'inci yılını kutlayan Akbank Caz Festivali kapsamında gerçekleştirilen "Kampüste Caz" projesi. Geçtiğimiz 8 yılda 32 bine yakın üniversiteliye ulaşan Akbank Caz Festivali'nin artık bir festival klasiği haline gelen ve en önemli etkinliklerinden biri olan "Kampüste Caz" etkinliği 12-23 Kasım tarihleri arasında düzenlendi.**

9 İLDE GERÇEKLEŞTİ **Edirne, Çanakkale, İzmir, Muğla, Eskişehir, Ankara, Kayseri, Mersin ve Adana'da cazın coşkusunu ve heyecanını üniversite kampüslerinde gençlerle buluşturan etkinlik 10 gün boyunca devam etti ve 9 ilde binlerce gençle buluştu. Kampüste Caz sahnesi bu yıl; genç neslin önemli isimlerinden Evrencan Gündüz ve Uzaylılar'ı ağırladı. Evrencan Gündüz'e saksafonda Edward Pithey, trombonda Dilan Balkay, basta Salih Yeniev ve davulda Uğurcan Mamuzlu eşlik etti.**

uzmanlarından oluşan bir jüriye sunuyor. Sonrasında birinci olan öğrenci Harvard'da yaz okulu ödülünün sahibi olurken ikinci ve üçüncü üyeler de farklı hediyeler alıyor.

Koç Üniversitesi öğrencisi olan Akbank Düşünce Kulübü'nün 10'uncu dönem birincisi Doğan Can Yeğiner, "Harvard'da olmak; dünyaca ünlü profesörlerden eğitim almak ve dünyanın dört bir yanından arkadaş edinmek demek. Hayallerimden birini gerçekleştirdiğim için çok mutluyum" diyor.

30 ÖĞRENCİ HARVARD'A GİTTİ

Bugüne kadar 30 öğrencinin Harvard'da eğitim almasını sağlayan Akbank Düşünce Kulübü, üyelerinin kendilerini geliştireceği uzun soluklu sosyal bir birliktelik için de önemli ve kalıcı bir platform oluşturuyor. 2008 yılından bu yana Akbank Düşünce Kulübü'ne dahil olan öğrenciler, birbirleriyle fikir alışverişinde bulunmaya devam ediyor.

Akbank Düşünce Kulübü, geleceğin yöneticileri olmaya aday, üniversite yaşamında başarılı, aynı zamanda sosyal, iletişim gücü kuvvetli gençlerin ülkemize değer yaratan bir kulüp çatısı altında bağ kurmasını sağlamayı hedefliyor. Akbank'ın gençlere ve girişimciliğe yönelik sosyal sorumluluk çalışmalarından bir diğeri de CaseCampus. Program, Akbank iş ortaklığında Endeavor Derneği tarafından hayata geçiriliyor ve Türkiye'deki genç girişimciliğin geliştirilmesini hedefliyor.

GİRİŞİMCİLİĞİ CESARETLENDİRİYOR

Girişimci düşünce yapısını, üniversiteli ve yeni mezun gençlerde yerleştirmeyi hedefleyen CaseCampus'den, 5'inci dönem mezunlarıyla birlikte toplam 365 genç mezun oldu. Mezunlardan 60'ı program süresince ya da sonrasında kendi girişimini başlatarak CaseCampus ile girişimcilik yolunda ilk

ÜCRETSİZ GİRİŞİMCİLİK EĞİTİMİ

BAŞVURU NASIL YAPILIYOR? **Türkiye'nin tüm şehirlerinden üniversite lisans öğrencileri ve son beş yılda mezun olmuş katılımcılara ücretsiz olarak sunulan CaseCampus programına başvurular casecampus.org'da yer alan başvuru formu aracılığıyla toplanıyor.**

75 FİNALİST SEÇİLDİ **Bu yıl da gelen binin üzerinde başvuru titizlikle değerlendirildi ve 75 finalist, CaseCampus Fellow'u olarak programa katılmaya hak kazandı. Katılımcıların yarısı İstanbul'dan, diğer yarısı ise aralarında Eskişehir, Kayseri, Konya ve Samsun gibi illerin bulunduğu Türkiye'nin farklı bölgelerinden programa dahil oldu.**

BÜYÜK İLGİ **Tüm bölümler ve farklı disiplinlerden gelen öğrencileri kabul eden CaseCampus Bahar 2018 programına mühendislik bölümleri öğrencilerinin ilgisi büyüktü. Katılımcıların yüzde 59'unu mühendislik bölümleri, yüzde 31'ini işletme bölümleri, kalan yüzde 10'unu ise çok çeşitli bölümlerden gelen öğrenciler oluşturdu.**

EKOSİSTEMLE TANIŞMA **Program dahilinde katılımcılar, girişimci ve yatırımcıların yer aldığı panellere katılma, networking etkinliklerinde ekosistemle tanışma ve başarılı Türk girişimcilerinin vaka çalışmalarıyla girişimci düşünme yapısını deneyimleme fırsatı yakaladı. Bu süreçte katılımcılara Türkiye'nin önde gelen üniversitelerinden girişimcilik akademisyenlerinin yer aldığı CaseCampus Danışma Kurulu önderlik etti.**

PROGRAM SONRASI DESTEKLER **Mezun olmaya hak kazanan Fellow'lar Akbank ve Endeavor Derneği'nin inisiyatifiyle, program sonrasında girişim ekosistemindeki start-up'lar, yatırımcı kurumlar, Akbank ve diğer temsilcilerde staj ve iş fırsatlarına yönelik destekleniyorlar. Bunun yanı sıra girişimini kurmuş olan mezunlar, Sonbahar 2018 döneminde uygulanacak yoğun mentorluk ve eğitim programı MentorCampus için değerlendirmeye alınacak.**

adımlarını attı.
Gençleri girişimci olma yolunda destekleyerek ülke ekonomisi için ürettikleri değeri artırmalarını hedefleyen bir girişimcilik öğrenim programı olan CaseCampus, girişimci olmak isteyen potansiyeli yüksek gençleri cesaretlendiriyor. Katılımcılar 10 haftalık program boyunca, Türkiye'den son yıllarda çıkmış ve dünyaya açılmış başarılı girişimler olan Düğün.com, Nişfud, iyzico ve Insider'ın vaka ve yaşanmış ikilemlerini girişimcilik akademisyenleri önderliğinde inceleyip, bu ikilemlere alternatif çözümler üretti. Programda iş modeli, büyük veri, yapay zeka ve markalaşma konuları ele alındı. Katılımcılar ayrıca başarılı girişimciler ve yatırımcıların hikayelerini dinleyip onlarla iletişim kurma fırsatı buldu.

GÖNÜLLÜLÜK İÇİN REKOR BAŞVURU

Akbank'ın gençlerle sosyal sorumluluk çalışmalarını buluşturduğu bir diğer önemli çalışması da "Şehrin İyi Hali". Akbank'ın üniversiteli gençlerin katılımıyla hayata geçirdiği kurumsal sosyal sorumluluk projelerinden biri olan Şehrin İyi Hali projesine bu yıl rekor seviyede başvuru oldu. Akbank'ın, üniversiteli gençlere sivil toplum kuruluşlarıyla tanışma ve gönüllülük çalışmalarında görev alma fırsatı sunduğu projeye, 18-26 yaş aralığında yer alan 9 bin üniversiteli genç başvurdu. Geçen yıllarda da gençlerden yoğun ilgi gören ve başvuruları ilk günlerde dolan projenin bin olan kontenjanı, bu ilgi üzerine bu yıl 2 bin üniversiteli gence çıkarıldı. En son ise 2 bin 600 gencin katılımıyla sosyal sorumluluk projeleri tamamlandı.
Gençler çeşitli alanlarda faaliyet gösteren 10 sivil toplum kuruluşu iş birliğiyle Türkiye genelinde yürütülen sosyal sorumluluk projelerinde gönüllü olarak çalıştı. Şehrin İyi Hali ile gençler ilgilerine göre katılmak istedikleri alanlarda faaliyet gösteren STK'lar ile tanışıp bunların sosyal sorumluluk projelerinde gönüllü olarak çalışma fırsatı buldu.
Proje kapsamında Toplum Gönüllüleri (TOG), TURMEPA, HAÇİKO, Yedikule Hayvan Dostları, Hayat Sende, DEM, Darülaceze Başkanlığı, Çorbada Tuzun Olsun, Down Sendromu Derneği ve Özel Olimpiyatlar Türkiye Derneği gibi 10 sivil toplum kuruluşu yer aldı.
Gönüllüler, proje kapsamında en son 24 Kasım'da Volkswagen Arena'da düzenlenen Şehrin İyi Hali - Kalben Konseri'nde Akbank'ın misafiri oldu. 2 bin 500 genç, Şehrin İyi Hali Kalben Konseri'ne katılım gösterdi. ■

GÖNÜLLÜ ORDULARI

Şirketler artık kurumsal sosyal sorumluluğu sadece tek bir departmanın ilgileneceği bir iş olarak görmüyor. Tüm çalışanlarını gönüllülük esasıyla bir araya getirerek çok sayıda proje hayata geçirmek için uğraşıyorlar. Bu durum da şirketlerin içinde "gönüllü orduları" oluşmasına neden oluyor. Bu ordular sürekli yeni projelerle milyonların hayatını iyileştirme, sağlık, eğitim ve çevre alanında değer yaratma peşinde koşuyor.

Hande Yavuz Çalık hyavuz@capital.com.tr

Akbanklı Gönüllüler, Türkiye'nin dört bir yanındaki Akbank çalışanlarının, aileleri, müşterileri ve iş ortaklarıyla birlikte topluma katkı projeleri yürüttükleri bir platform.
Bu platform aracılığıyla banka, bulunduğu bölgelerde yerel halk, sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimlerle birlikte çalışıyor, toplumsal sorunlar için projeler geliştiriyor, çözümün bir parçası oluyor. Akbank Kurumsal İletişim Bölüm Başkanı Murat Göllü, "Toplumsal duyarlılık ve farkındalık yaratmak gibi pek çok amaca hizmet eden gönüllülük çalışmalarımız kapsamında her yıl farklı projeler gerçekleştiriyoruz" diyor.
Akbank sadece 2018'deki gönüllülük çalışmalarında, 1.000'e yakın aktif gönüllüyle 50'ye yakın proje içinde yer aldı ve çoğunluğu öğrenci yaklaşık 45 bin kişiye ulaştı. Anadolu'daki farklı illerdeki 20 okula, bankanın kullanılmayan bilgisayarlarının bakım ve kontrolden geçirilerek hibe edilmesi, ihtiyacı olan okullar için yapılan kitap ve oyuncak toplama kampanyaları projelerden sadece birkaçı. "Bizi en çok heyecanlandıran projelerimizden biri de Akbank'ın Yardımseverlik Koşu Takımı, Akbank Redrunners" diyen Göllü, şunları söylüyor: "Redrunners, 2018 İstanbul Maratonu'nda topladığı 40 bin TL ile Kanserli Çocuklara Umut Vakfı'nda tedavi gören 4 çocuğun ve ailesinin tedavi ihtiyaçlarını karşıladı. Gönüllülük prolerimizi sadece çalışanlarımızla sınırlı tutmuyoruz. Şehrin İyi Hali gönüllülük projemizle üniversiteli gençleri sivil toplum kuruluşlarının iş birliğiyle sosyal sorumluluk projelerinde gönüllü olmaya ve ardından Şehrin İyi Hali Konseri'nde Akbank'ın misafiri olmaya davet ediyoruz. Bu yıl 2 bin 600 gönüllü genç, 26 farklı ilde 70 sosyal sorumluluk projesinde bizlerle birlikte oldu."

Murat Göllü

"KÜLTÜRÜ DESTEKLİYOR"

Teknosa Gönüllüleri ekibinde saha ve merkezden olmak üzere toplam 25 çalışan yer alıyor. Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı tarafından her yıl cerebral palsyli çocuklar için düzenlenen September projesine, 2017 yılında 9 takımla katılım sağlayarak, farkındalık çalışmaları yürüten ve bağış toplayan gönüller, Dünya Emekçi Kadınlar Günü vesilesiyle de kadın çalışanlarının emeğiyle üretilen ürünlerden elde edilen geliri LÖSEV'e bağışladı.
Ayrıca, her yıl düzenli olarak çalışanların katılımı ve Kızılay iş birliğiyle genel müdürlük ve lojistik merkezinde kan ve kök hücre bağışı yaptıklarını belirten Teknosa İnsan Kaynakları Müdürü Ebru Anıldı, çalışanların şirketleriyle birlikte geliştirdiği gönüllülük çalışmalarının, şirketin topluma daha yakın olmasına olanak sağladığını söylüyor.
Borusan'da gönüllü sosyal yardım faaliyetleri Okyanus Gönüllü Borusanlılar Platformu üzerinden gerçekleşiyor. Borusan Holding İnsan Kaynakları Grup Başkanı Nursel Ölmez Ateş, bu platformun Borusan çalışanlarının bilgi ve becerilerini toplumsal sosyal sorumluluk projelerinde gönüllülük yaklaşımıyla kullanmalarını sağlayarak eğitim, kültür-sanat, çevre ve insan hakları konularında etkili çözümler üretmek amacıyla

"İYİLEŞTİRMEYE GÖNÜLLÜYÜZ"

ELİF ELKİN ABDİ İBRAHİM OTSUKA ŞİRKET YÖNETİCİSİ

CESARET YENİLİKÇİLİK Abdi İbrahim Otsuka olarak "İyileştirmeye Gönüllüyüz" mottosuyla hayata geçirdiğimiz tüm gönüllülük ve sosyal sorumluluk projelerimizi "Adımız İyilik Olsun" markası ile sürdürüyoruz. Cesaret, yenilikçilik, tutku ve sorumluluk değerlerimizin adını taşıyan 4 ayrı grup kurduk. Bu gruplarda 12 kişilik ekipler görev alıyor. Her takım, değerlerimizden yola çıkarak gerçekleştirmek istediği gönüllülük projesini belirliyor ve buna göre çalışmalarını sürdürüyor.

4 PROJEDE YER ALDILAR Gönüllü takımlarımız 2018 yılı içinde 4 projede yer aldı. Gönüllülük esasına dayalı projelerin 3'ü çocuklara, 1'i ise ruh sağlığı hastanelerinde yatan hastalara yönelikti. "Adımız İyilik Olsun" çatısı altındaki "Cesaret Grubumuz", 2018-2019 eğitim öğretim yılı için Mardin'deki Günlüce İlköğretim Okulu'na kitap ve okul başlangıcı kırtasiye desteğinde bulundu. ''Bilgi cesarettir, bilgi güçtür'' mottosu ile yola çıkan Cesaret Grubumuz başarılı bir şekilde yardımları okula ulaştırdı. Sorumluluk Grubumuz ise 2017 yılında ruh sağlığı hastanelerinde yatan hastalar için "Temiz Kıyafet Yardımı" kampanyasını gerçekleştirdi.

kurulduğunu söylüyor. "2017 yılında 995 gönüllü çeşitli sosyal projelerde yer aldı. Geçen yıl gönüllüler 69 proje için toplam 10 bin 767 saat çalıştı" diye konuşuyor.
Vodafone ise Vodafone Gönüllüleri programıyla çalışan gelişimini teşvik ediyor, toplum için değer yaratıyor. 540 çalışanın gönüllülük çalışmalarına katıldığını ifade eden yetkililer, Türkiye Vodafone Vakfı olarak hayata geçirdikleri Girişimcilikte Önce Kadın, Düşler Akademisi ve Yarını Kodlayanlar projelerinde gönüllü olabildiklerini belirtiyor.

İlkay Akalın

HEDEF 60 OKULA ULAŞMAK

Eczacıbaşı Gönüllüleri, Eczacıbaşı Topluluğu çatısı altında bulunan birçok farklı kuruluştaki gönüllünün bir araya gelmesinden oluşuyor. Eczacıbaşı Topluluğu emeklileri ve çalışanların aileleri de Eczacıbaşı Gönüllüleri'ne katılabiliyor.
Eczacıbaşı Kurumsal İletişim Direktörü İlkay Akalın, şu anda 153 aktif gönüllüleri olduğunu söylüyor ve "Gönüllülerimiz kendi istekleri doğrultusunda, birbirinden farklı projelerde yer alıyor" diyor.
Eczacıbaşı Gönüllüleri, 2017 ve 2018'de toplamda 50'ye yakın proje gerçekleştirdi. Gönüllülerin gerçekleştirdiği bütün projelerin birbirinden değerli olduğunu ifade eden Akalın, "Eczacıbaşı Hijyen Projemiz ile 2007 yılından beri 34 il ve 45 okula ulaşmanın gururunu yaşıyoruz, hedefimiz ise 2020 yılına kadar 60 okula ulaşmak" diye konuşuyor.
Mercedes-Benz Türk Kurumsal İletişim Müdürü Ezgi Yıldız Kefeli, şirkette gönüllü faaliyetleri yürüten Yıldız Eller adlı bir grupları olduğunu anlatıyor. "Bu çekirdek grupta 11 kişi yer alıyor" diyen Kefeli, bunun yanında proje bazlı olarak bu çekirdek ekibi destekleyen yaklaşık 40 kişilik destekleyici grup olduğunu da paylaşıyor. "Bu ekipler geçtiğimiz iki yılda Bir Otobüs/Kamyon Nasıl Doğuyor, Sevimli Dostlar ve Dilek Ağacı projelerini hayata geçirdi" diyor.

4 ŞİRKETİN YAKLAŞIMI

BİLİNİRLİĞE KATKISI **Panasonic çalışanlarının yüzde 54'ü yani yaklaşık 540'ı bir sosyal sorumluluk projesinde ya da kampanyasında aktif şekilde yer almış durumda. Panosonic Kurumsal Marka Yönetiminden Sorumlu Genel Müdürü Aysel Daysal Özaltınok, bu sonucun gönüllüğünün kurum kültürlerinde ne kadar önemli bir yere sahip olduğunu gösterdiğini belirtiyor. "Gönüllülük konusunda aktif bir şirket olmamızın, şirketimizin marka bilinirliliğine de doğal bir katkısı olduğuna inanıyorum" diyor.**

AKTİF ROL **KPMG Türkiye 2013 yılında KPMG Gönüllüleri adını verdiği çalışanlarından oluşan gönüllü takımı oluşturdu. Küçük bir toplulukla başladıkları bu projeye bugün 110 çalışanla devam ettiklerini belirten KPMG Türkiye İş Geliştirme ve Pazarlamadan Sorumlu Şirket Ortağı Hakan Ölekli, "HAYTAP, LÖSEV, TOHUM Otizm Vakfı gibi pek çok sivil toplum kuruluşuyla iş birliği yapıp toplumsal sorunların çözülmesinde çalışanlarımızla birlikte aktif rol üstleniyoruz" diye konuşuyor.**

1 MİLYON SAAT **Lilly İlaç da 2008'den bu yana 70'e yakın ülkede binlerce Lily çalışanının farklı projelerle destek olduğu Lilly Gönüllülük Günü projesini yürütüyor. Lilly İlaç Kurumsal İlişkiler Direktörü Gamze Kuzucu Gürses, "Tüm çalışanlarımızın bir gün boyunca yaşadıkları bölgelerdeki öncelikli konulara eğilmelerine imkan sağlayan Lilly Gönüllülük Günü kapsamında bugüne kadar Lilly çalışanları 1 milyon saati aşkın vakit ayırdılar. Lilly Türkiye'de ise her yıl ortalama 60-80 gönüllümüzle bu programın bir parçası oluyoruz" diyor.**

300 AKTİF GÖNÜLLÜ **Anadolu Efes'in Anadolu Efes Gönüllüleri adını verdiği bir program var. Şirket bu program dahilinde 2014 yılından bu yana faaliyet gösterdiği tüm bölgelerden 300'den fazla çalışanıyla gönüllülük çalışmalarına katıldı. Gelecek Turizmde, Likya Yolu'nda temizleme gibi birçok proje hayata geçirdi. Anadolu Efes Türkiye Kurumsal İletişim Müdürü Simge Abay Balaban, "Bu çalışmaların şirketimizin kurumsal bir vatandaş olarak çevreye ve topluma yaptığı katkıyı görmek ve ortak bir iyilik hareketine katılmanın yarattığı birlikte başarma duygusunu hissetmek açısından önemli olduğuna inanıyoruz" diyor.**

YARATICILIĞI ORTAYA ÇIKARIYOR

GittiGidiyor'da toplamda 7 çalışan grubu mevcut. Çalışanların yüzde 60'ı bu gruplarda yer alıyor. eBay Gelişmekte Olan Avrupa Ülkeleri ve GittiGidiyor Çalışan Deneyimi Direktörü Murat Yüksel, bu gruplardan bazılarını şöyle sıralıyor: "Kadınların iş hayatındaki görünürlüklerini artırmak amacıyla Women's Initiative Network WIN, LGBTİ bireylerin iş hayatında karşılaştığı zorluklarla ilgili farkındalığı artırmaya yönelik çeşitli çalışmalar yürütmek amacıyla United in Pride, engelli bireylerin karşı karşıya kaldıkları zorluklara dikkat çekmek amacıyla Hand in Hand çeşitlilik grupları önemli çalışmalar yürütüyor." Çalışanlarının yalnız iş anlamında değil, duygusal ve sosyal açıdan da değer yaratarak beslenmelerini çok önemsediklerinin altını çizen Yüksel, "Bu insani ihtiyacı göz önüne alarak hayata geçirdiğimiz uygulamalar, gülen yüzlerle işe gelmenin yolunu açıyor" diye konuşuyor.

SAĞLIKLI BESLENMEYE DESTEK

AstraZeneca 2016'da "Daha İyi Bir Yaşam İçin Gönüllüyüz!" mottosuyla AstraZeneca Gönüllülük Takımı'nı kurdu. İlk etapta AstraZeneca Türkiye çalışanlarının yaklaşık yüzde 10'undan oluşan Gönüllülük Takımı, her yıl daha da büyüdü. Bugün 58 kişiden oluşan gönüllü takımı, Türkiye'deki organizasyon bünyesinde her bölgede ve her seviyede görev yapan AstraZenecalılardan oluşuyor. AstraZeneca Türkiye Ülke Başkanı Ecz. Serkan Barış, gönüllü takımlarının 2017 ve 2018'de toplam 9 projede yer aldığını söylüyor. Bu projeler arasında Türkiye Diyabet Vakfı ve TOÇEV iş birliğiyle hayata geçirdikleri ve üç yıl sürecek olan "Hey Genç! Harekete Geç!" projesini sayıyor. "Projeyle sağlıklı beslenme, fiziksel egzersizin öneminin vurgulanmasını ve gençlerin yaratıcılık becerilerinin ortaya çıkarılarak okullar arasında paylaşım sağlanmasını amaçladık" diyor.

HER ADIM HAYAT DEĞİŞTİRİYOR

Toplum için gönüllülük çalışmaları IBM'in kurumsal kültürünün önemli bir parçası. IBM Gönüllüleri adı verilen uluslararası program kapsamında IBM çalışanları ve emeklileri gönüllü etkinliklerinde faydalanabilecekleri eğitim içeriklerine erişebildikleri gibi, gönüllü faaliyetleri için dijital rozetler kazanabiliyor. IBM Türkiye Sosyal Sorumluluk Programları Müdürü Ceyhun Göcenoğlu, 2018 yılında 27 farklı kurum 100'e yakın gönüllüyle çalışma yapıldığını söylüyor. Yer alınan gönüllülük çalışmalarıyla ilgili şu bilgiyi veriyor:
"Bilim Kahramanları Derneği'nde gönüllü olan IBM çalışanları,

çocuk ve gençlerin erken yaşta bilimle buluşmaları, mühendislik konularına heyecan duymaları ve onların bu konularla ilgilenmelerini sağlamak için gerçekleştirdiği turnuva ve faaliyetlerde görev alıyor. Meslek Lisesi Koçları Programı'nın da 5 yıldır parçası olarak Ankara ve İstanbul'daki 2 meslek lisesinde öğrencilerin iş dünyasına hazırlanmaları konusunda grup mentorluğu çalışmaları gerçekleştiriyoruz."

HER ADIM HAYAT DEĞİŞTİRİR

Yeşim Tekstil'de gönüllülük çalışmaları şirket bünyesinde Yeşim Sosyal Sorumluluk Kulübü'nün liderliğinde gerçekleştiriliyor. Sosyal Sorumluluk Kulübü'ndeki 20 kişilik çekirdek kadro liderliğinde yapılan çalışmalar her yeni projede yaklaşık 300-400 gönüllünün katılımıyla gerçekleştiriliyor. Yeşim Tekstil Kurumsal İletişim Müdürü Dilek Cesur, yapılan çalışmaları şöyle anlatıyor:

"'Eğitim için atılan her adım hayatımızı değiştirir' sloganıyla oluşturulan Şükrü Şankaya Eğitim Bursu adına 2 yıldır İstanbul Avrasya Maratonu'nda koşuyoruz. Ayrıca yine gönüllüler aracılığıyla son dört yıldır şirket bünyesinde oluşturulan 'Dilek ağacı' aracılığıyla her yılbaşında LÖSEV çatısı altında tedavi gören çocuklara moral vermek ve onları mutlu etmek üzere hediye toplama kampanyası yapılıyor. Her yıl yüzlerce çocuğa yılbaşı hediyeleri hazırlanıyor. 2018 sonunda da bu konudaki çalışmamız devam edecek."

SAĞLIK OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİ VERİYOR

GSK Türkiye'de gönüllülük esaslı KSS projeleri yürütülüyor. GSK İletişim ve Hasta İlişkileri Lideri Selçen Çökdü, yaklaşık 150 GSK Türkiye çalışanının gönüllü olarak kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde yer aldığını söylüyor. Turuncu Hareket sosyal sorumluluk kulüplerinin Toplum Gönüllüleri Vakfı ile hayata geçirdiği Sağlıklı Gençlik Hareketi kapsamında Sağlıklı Okul Hareketi çalışmalarını yürütüldüğünü belirten Çökdü, "Bir yıl içinde 15 okulda Toplum Gönüllüsü gençler ilkokul öğrencilerine sağlık okuryazarlığı eğitimi verirken GSK çalışanları da fiziki iyileştirme çalışmaları ve atölye çalışmalarında aktif olarak rol aldı. Sadece kulüp üyeleri ve çalışanlar değil çalışanların ailelerine ve tüm paydaşlarımıza açık olarak gerçekleşen etkinliklerde topluma fayda önceliğiyle her çalışanımızın gönüllü bir faaliyette bulunmasına imkan sağlıyoruz" diyor.

Koton'da Koton Sosyal ismiyle kurulan ve tamamen çalışanların katılımıyla gerçekleşen bir oluşum var. Bu ekip tamamen süreçlerin, etkinliklerin yönetiminden, planlanmasından ve organizasyonundan sorumlu 10 çalışandan oluşuyor. Koton İnsan Kaynakları Grup Müdürü Necla Tuba Sökmenoğlu, "Ancak etkinlik bazlı destekleyen gönüllü ekibimizle bugüne kadar Koton Sosyal bünyesinde çalışmış 100'e yakın çalışanımız bulunuyor. Geçtiğimiz yıl ve bu yıl bu çalışanlarımız 30'dan fazla sosyal sorumluluk, gezi ve etkinlik gibi projelerde yer aldı" diyor. ■

"GÖNÜLLERLE BİNLERCE KİŞİYE ULAŞTIK"

EBRU BAKKALOĞLU TÜZECAN
KOÇ HOLDİNG KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KOORDİNATÖRÜ

TOPLUMSAL FAYDA Koç Topluluğu Gönüllüleri, toplumsal fayda odaklı düşünmeyi ve harekete geçmeyi hedefleyen "Ülkem İçin" programının merkezinde yer alıyor. Gönüllülerimizin rolü, projenin sahadaki temsilcisi, yüzü ve yol arkadaşı olmak. Ülkem İçin programının 2015-2018 yılları arasındaki odağı toplumsal cinsiyet eşitliğine yönelik farkındalık oluşturmak, aynı zamanda gerek iş ortamında gerek toplumda dönüşüme katkı sağlayacak projelerin hayata geçirilmesine ilham vermekti.

EŞİTLİK FİKRİ Koç Topluluğu şirketlerinden 350 gönüllü çalışma arkadaşımız AÇEV'in desteğiyle eğitici eğitiminden geçti. Sonrasında da Koç Topluluğu şirketlerindeki diğer çalışma arkadaşlarına toplumsal cinsiyet eşitliği farkındalık eğitimlerini yaygınlaştırdılar. Farkındalık çalışmaları, gönüllü 90 Koç Topluluğu bayisinin desteğiyle Türkiye'nin çeşitli illerine yaygınlaştırıldı ve 3 yılın sonunda yaklaşık 100 bin kişiye ulaşıldı. Bu büyüklükte bir etki için tüm gönüllüler el birliğiyle çalıştı, kendi şirketlerinin yanı sıra farklı sektörlerde ve coğrafyalarda faaliyet gösteren şirketlerde de eşitlik fikrini yaygınlaştırmak için eğitimler düzenlediler. Toplumsal fayda hedefiyle farklı uzmanlıklar ve pozisyonlardan Gönüllülerin birlikte hareket etmesinin Ülkem İçin Programı'nı daha da güçlendirdiğine inanıyoruz.

"PROBLEMLERİN ÇÖZÜMÜNE KATKIDA BULUNUYORUZ"

Yaşar Topluluğu KSS'ye uzun soluklu projeler çerçevesinden bakıyor. Bu doğrultuda grup 50 yıldır devam eden Yarınlar İçin Değer ve 37 yıldır kesintisiz süren Pınar Çocuk Resim Yarışması'na özel bir önem veriyor. Hayata geçirdikleri tüm projelerin uzun soluklu olmasının ve nesilden nesile toplumda karşılık bulmasının kendileri için büyük gurur olduğunu belirten Yaşar Holding İcra Başkanı Dr. Mehmet Aktaş, "Hem ekonomik hem de sosyal yönden sağlam bir toplum olarak geleceğe ulaşma hedefiyle ilerleyen dönemlerde de eğitim, kültür, sanat ve spor ekseninde yeni projeler gerçekleştirmeye devam edeceğiz" diyor.

Hande Yavuz Çalık hyavuz@capital.com.tr

Yaşar Holding, tüm paydaşlarına daha iyi bir yaşam sunma hedefiyle 2007 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalayarak tüm şirketleriyle sürdürülebilirliği destekleme yönünde önemli bir adım attı. Grup için sosyal sorumluluk projeleri de sürdürülebilirlik uygulamalarının sosyal boyutunu oluşturuyor. "Diğer yandan ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğe yönelik de çok sayıda çalışma gerçekleştiriyoruz" diyen Yaşar Holding İcra Başkanı Dr. Mehmet Aktaş, " Bu çalışmaların da kendi içinde uzun soluklu ve sürdürülebilir olmasını önemsiyoruz. Hem ekonomik hem de sosyal yönden sağlam bir toplum olarak geleceğe ulaşma hedefiyle ilerleyen dönemlerde de eğitim, kültür, sanat ve spor ekseninde yeni projeler gerçekleştirmeye devam edeceğiz" diye konuşuyor.

Yaşar Holding İcra Başkanı Dr. Mehmet Aktaş ile grubun KSS'ye bakışını, gerçekleştirdikleri en önemli projeleri ve bundan sonraki hedeflerini konuştuk.

Yaşar Topluluğu olarak kurumsal sosyal sorumluluğa bakış açınızı öğrenebilir miyiz?

Ülkemizin ekonomik gelişimi kadar toplumumuzun sosyal gelişiminin de bizleri geleceğe güçlü adımlarla taşıyacak önemli bir unsur olduğuna inanıyoruz. Yaşanabilir bir dünya, kaliteli bir yaşam için

gelecek kuşaklara daha sağlıklı ve sürdürülebilir bir fiziki-sosyal çevre bırakacak şekilde faaliyet gösteriyor, toplumsal gelişime katkı sağlayacak uzun soluklu projeler gerçekleştiriyoruz. Sürdürülebilirlik anlayışımızın sosyal boyutunda ele aldığımız sosyal sorumluluk faaliyetlerimiz; eğitim, kültür, sanat ve spor alanlarında yoğunlaşıyor.

Son yıllarda gerçekleştirdiğiniz en önemli projeler ne oldu? Bu projeler nasıl sonuçlara ulaşıyor?
Sosyal sorumluluk projelerini geliştirirken kurumumuzun değerleriyle uyumlu, daha çok insanı etki alanına alabilecek, uzun soluklu projeleri önceliklendiriyoruz. Yaptığımız işlerle bağlantılı sosyal sorumluluk projeleri geliştirmekle birlikte, toplumun genel ihtiyaçlarına hizmet eden projeleri de hayata geçiriyoruz. Yaşar Topluluğu'nun vakıfları ve şirketleri tarafından yürütülen kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin çoğu uzun soluklu projeler. Projelerimiz arasında 50 yıldır düzenlediğimiz Dyo Sanat Ödülleri; 37 yıldır düzenlediğimiz Uluslararası Pınar Çocuk Resim Yarışması; 31 yıldır düzenlediğimiz Pınar Çocuk Tiyatrosu; Dyo Boya'nın "Yarınlar için Değer" çatısı altında yürüttüğü "Okullara Değer, Ustalığa Değer, Öğrenmeye Değer" gibi uzun yıllardır toplumun sosyal gelişimine katkı sağlayan projeler yer alıyor. Onursal Başkanımız Selçuk Yaşar'ın sevdası Karşıyaka Spor Kulübü'nün 60 yıldır, Pınar Karşıyaka Basketbol Takımı'nın ise 20 yıldır destekçisiyiz. Pınar Enstitüsü tarafından yürütülen ve bugüne kadar 6 binden fazla üreticiye ulaşan "Sütümüzün Geleceği Bilinçli Ellerde" projesi ile çiftçilerin eğitimlerine destek oluyoruz. Her yıl daha fazla insana dokunmak ve sosyal yaşamına değer katmak temel hedefimiz.

KSS'nin sürdürülebilir olmasının öneminden bahseder misiniz?
Tüm paydaşlarımıza "daha iyi bir yaşam" sunmak en temel hedefimiz. Bu anlayışla 2007 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ni imzalayarak tüm şirketlerimizle sürdürülebilirliği destekleme yönünde önemli bir adım attık. Sosyal sorumluluk projelerimiz, sürdürülebilirlik uygulamalarımızın sosyal boyutunu oluşturuyor. Diğer yandan ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliğe yönelik de çok sayıda çalışma gerçekleştiriyoruz. Bu çalışmaların da kendi

1 MİLYON ÇOCUĞA ULAŞAN PROJE

"KURUMLARLA ÇALIŞIYORUZ" Yaşar Topluluğu olarak, TC Milli Eğitim Bakanlığı, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı, Üniversiteler, Türkiye Basketbol Federasyonu, Türkiye Futbol Federasyonu, Türkiye Yelken Federasyonu gibi çeşitli kurumlarla çalışıyoruz. Ayrıca, kendi bünyemizde hayata geçirdiğimiz projelerin yanı sıra inandığımız projeleri de desteklemeye devam ediyoruz.

KÜÇÜK ŞEYLER DOĞAYI YENİLER Bu kapsamda iş ortağımız gıda işleme ve paketleme çözümlerinde dünyanın önde gelen şirketlerinden Tetra Pak'ın 2004 yılında Milli Eğitim Bakanlığı himayesinde başlattığı ve İstanbul Üniversitesi'nin katkılarıyla yürütülen "Küçük Şeyler Doğayı Yeniler" projesine destek oluyoruz. Gelecek nesillerin çevre bilincini geliştirmek, sürdürülebilir temiz bir dünyaya katkı sağlamak için desteklediğimiz proje bugüne kadar Türkiye genelinde 1 milyondan fazla çocuğa ulaştı.

içine uzun soluklu ve sürdürülebilir olmasını önemsiyoruz. Hem ekonomik hem de sosyal yönden sağlam bir toplum olarak geleceğe ulaşma hedefiyle ilerleyen dönemlerde de eğitim, kültür, sanat ve spor ekseninde yeni projeler gerçekleştirmeye devam edeceğiz.

KSS'nin markaya, tüketicilere ve 3'üncü partilere yaptığı etki ne oluyor?
73 yıldır Türkiye'nin sanayileşmesine katkıda bulunan bir grup olarak, kuruluşundan bu yana ürünleriyle olduğu kadar sosyal vatandaşlık bilinciyle kurumsal sosyal sorumluluk projelerine, eğitime, spora, kültür ve sanata desteğimizi sürdürüyoruz. Spora, kültür sanata ve eğitime sağladığımız sürekli desteği topluma geri verme ilkesinin önemli ve vazgeçilmez bir aracı olarak görüyoruz. Desteklediğimiz tüm projelerle çalışanlarımız, iş ortaklarımız ve tüketicilerimizle birlikte ülkemizdeki problemlerin çözümüne katkıda bulunuyoruz.

Gerçekleştirdiğiniz projelerin etkisini artırmak için iletişim kanallarından faydalanıyor musunuz?
Dönem dönem kapsamı ve yoğunluğu değişmekle birlikte, her projenin kendi doğası ve hedef kitlesi özelinde çeşitli mecralarda iletişim yapıyoruz.

Çalışanlar, KSS projelerinde yer alıyor mu? Bu konuda KSS bilincini artırmaya yönelik neler yapıyorsunuz?
Çalışanlarımız gönüllülük esasına dayalı olarak KSS projelerinde yer alabiliyor. Yaşar Holding'in her yıl düzenlediği sürdürülebilirlik yarışmalarında da "Sosyal Sürdürülebilirlik" kategorisinde kurumsal sürdürülebilirliğe katkı sağlayan toplumsal katkı projeleriyle gelecek nesillerin de ihtiyaçlarının karşılanmasına etki eden, topluluğun kurumsal değerlerinin yaşatılmasına yönelik çalışmaları ödüllendiriyoruz.

Önümüzdeki günlerde hangi projelere ağırlık vereceksiniz?
Hayata geçirdiğimiz tüm projelerin uzun soluklu olması ve nesilden nesle toplumda karşılık bulması bizler için en büyük gurur kaynağı... Bu doğrultuda Yaşar Eğitim Kültür Vakfı projeleri, 50 yıldır devam eden Dyo Sanat Ödülleri, Dyo Boya'nın "Yarınlar için Değer" projesi, 37 yıldır aralıksız süren Pınar Çocuk Resim Yarışması, 31 yılda Türkiye'nin tüm illerine ulaşan Pınar Çocuk Tiyatrosu, 20'nci yılını kutladığımız Pınar Karşıyaka Basketbol Takımı sponsorluğumuz ve Pınar Enstitüsü ile yürüttüğümüz bilinçlendirme çalışmalarımız önümüzdeki yıllarda da özenle ve özveriyle sürdüreceğimiz projeler olacak. ■

"REKABET VE İTİBAR İÇİN EN UYGUN İLETİŞİM"

DUYGUSAL BAĞ Günümüzde alternatiflerin ve iletişim araçlarının artmasıyla birlikte markalar için tüketicileriyle duygusal bağ kurmak ve bu bağı sağlam temeller üzerine inşa edip uzun yıllar boyunca koruyabilmek büyük önem kazandı. Artık tüketiciler sadece ürün ve hizmete değil; markaların yarattığı değerlere ve marka imajına da hassasiyetle yaklaşıyor ve karar mekanizmalarında ön sıralara koyuyor.

SAMİMİ VE GERÇEKÇİ Bu bağlamda elbette topluma faydalı ve değer katan bir sorun üzerine doğru, samimi ve gerçekçi bir aksiyonla hayata geçirilen kurumsal sosyal sorumluluk projeleri, gerek rekabet gerek itibar adına kullanılacak en uygun iletişim faaliyetlerinden biri olarak öne çıkıyor.

Sosyal sorumluluk projeleri, CEO'ların iş hayatındaki en önemli öncelikleri arasında yer alıyor. Çevre ve topluma katkı sağlayan projeleri önemseyen CEO'lar, bu aktiviteleri iş takvimimin bir parçası olarak kabul ediyor ve mümkün olduğunca bizzat katılmaya çalışıyorlar. Çalışanların da ticari başarı kadar topluma katkılarını gözetmesini isteyen CEO'lar, bunu da her fırsatta şirket içinde vurgulayarak farkındalığın canlı kalmasına özen gösteriyor.

Ayçe Tarcan Aksakal aaksakal@capital.com.tr

CEO'NUN KSS HEYECANI

KSS projelerinin başarısında CEO'nun katkısı büyük önem taşıyor. Öyle ki CEO'nun sahiplenmediği KSS projeleri sürdürülebilir olmuyor. Toplum ve çevreye duyarlı CEO'lar KSS aktivitelerine mümkün olduğunca sık katılım gösteriyor ve hayata geçirilen birçok projeyi yakından inceleyerek takipçisi olmaya gayret gösteriyor.

Örneğin 3 yıldır cinsiyet eşitliği için mücadele veren Tüpraş'ın genel müdürü İbrahim Yelmenoğlu, KSS aktivitelerine mümkün olduğunca sık katılım gösterdiğini belirtiyor. Yelmenoğlu, "Hayata geçirilen birçok projeyi yakından inceleyerek takipçisi olmaya gayret gösteriyorum" diye konuşuyor.

Mercedes-Benz Türk CEO'su Süer Sülün, şirket yöneticilerinin sosyal sorumluluk çalışmalarına destek vermelerinin çok değerli olduğunu belirtiyor ve sosyal sorumluluk projelerinde sıklıkla yer almaya özen gösterdiğini söylüyor.

Gönüllülük eğitmeni ve yazar İnal Aydınoğlu da "Yapınız" demekle sosyal sorumluluk projeleri yapılmayacağını belirterek "Lider, gösterdiği hedef için ilk yola çıkan, sevgiyi bilen ve en önde yürüyen olmalı" diye konuşuyor.

"3 YILDA 7 BİN AĞAÇ DİKTİK"

Liderlerin sahiplendiği ve bizzat katıldığı projeler arasında çevre odaklı olanlar dikkat çekiyor. Danone Türkiye Entegrasyonu ve Danone Su Genel Müdürü Gamze Çuhadaroğlu, şirketinin 3 yıldır yürüttüğü doğa ve çevreyle ilgili projelere düzenli olarak katıldığını söylüyor. "Şirket olarak gönüllü ekibimizle son 3 yılda İstanbul'da 3 ayrı lokasyonda toplam 7 bin ağaç diktik" diyen Çuhadaroğlu, Danone Ormanı'na bizzat katkıda bulunmaktan gurur duyduğunu belirtiyor. Çuhadaroğlu, şöyle konuşuyor:

Gamze Çuhadaroğlu

"En son İstanbul'da Yavuz Sultan Selim Köprüsü yolu üzerinde Odayolu Kavşağı'nı ağaçlandırdık. Güneş en dik açısına ulaşmadan arazide buluştuk ve herkes toz, toprak demeden kolları sıvayıp tek tek fidanları dikti. Çoğunlukla masa başı görevlerde bulunan çalışma arkadaşlarımın doğayla bu kadar derinden bir bağ kurmasına şahit olmak muazzam bir deneyimdi."

Çuhadaroğlu iş dünyasının ekonomik kalkınmaya, çevreyi korumaya ve toplumsal gelişime katkıda bulunmayı sorumluluğu olarak görmesi gerektiğine de değiniyor. Şirketlerin maddi amaçları kadar manevi amaçları da olması

gerektiğini belirtiyor ve ekliyor: "Ne sevindiricidir ki 'Y kuşağı' olarak tanımladığımız gençlerimiz, şirketlerin sosyal amaçlarını en az kârlılıkları kadar önemsiyor. İş tercihlerini de marka tercihlerini de bu doğrultuda yapıyor. Bu kuşak, iyilik kavramını içgüdüsel olarak zorlayan bir kitle. Danone Ormanı'na katkıda bulunanlar içinde en büyük pay bu yaş grubundaydı. Hepsi canla başla bütün bir gün fidan dikti. Şirketin iyiliğinin en az kârlılık kadar önemli olduğunu düşünen bu nesil yarın yönetici koltuklarında olacak. İşte o zaman gerçekten bambaşka bir iş dünyasından bahsediyor olacağız."

"ÇOCUKLARI VE GENÇLERİ HEDEFLİYORUZ"

BSH Türkiye CEO'su Gökhan Sığın, başarılı ve itibarlı bir şirket olmanın şartının toplumsal sorumluluktan geçtiğine inandığını söylüyor. "Sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde doğal kaynakları korumak ve sürdürülebilir hayatı desteklemek yaklaşımını benimsiyoruz" diyen Sığın, bu çerçevede şirketinin en son düzenlediği KSS aktivitesine katılımını ve şirket olarak yaklaşımlarını şöyle anlatıyor:

"Dünya üzerinde olumlu etki yaratmanın hem kendimiz hem de gelecek kuşaklar için taşıdığı önemin farkındayız. Bu nedenle günlük faaliyetlerimizin bireylerin esenliğine ve içinde bulunduğumuz çevreye ekonomik, toplumsal, kültürel ve çevresel katkılar sağlaması için gereken çalışmaları yapıyoruz. Bu doğrultuda geleceğimizi şekillendirecek çocuklarımızın ve gençlerimizin sosyal, kültürel ve teknolojik anlamda gelişimini desteklemek başlıca sorumluluklarımız arasında

"50 BİN KİŞİ KATILDI"

İBRAHİM YELMENOĞLU TÜPRAŞ GENEL MÜDÜRÜ

CİNSİYET EŞİTLİĞİ 2015'ten bu yana şirket olarak Koç Topluluğu'nun "Ülkem İçin Toplumsal Cinsiyet Eşitliğini Destekliyorum" projesi kapsamında önemli bir rol üstlendik. Geçen yıl da BM Kadının Güçlenmesi Prensipleri'ni imzalayarak kapsayıcı bir iş yeri olma hedefimizi dünyaya duyurduk.

"SPORLA BULUŞTURDUK" Son olarak HeForShe hareketini sporla buluşturduk. Rafinaj gibi erkek egemen bir sektörde hayata geçirdiğimiz toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarımızı yine erkeklerin egemen olduğu futbola taşımak gerçekten heyecan verici bir çalışma oldu.

DEV LANSMAN Lansmanımızı yaklaşık 50 bin kişilik bir stadyumda gerçekleştirdik. Taraftarların anında reaksiyon gösterdiği bu ortamda aldığımız sonuçlar gerçekten sevindiriciydi. Futbolcusuyla, taraftarıyla HeForShe'nin sahiplenildiğini görmenin mutluluğunu yaşadık.

yer alıyor. En son katıldığım iki KSS aktivitesi de bu kapsamda gerçekleşti. Bunlardan ilki BSH'nin Çerkezköy fabrikasında Makers of Tomorrow projesi kapsamında faaliyete geçirdiğimiz Maker Lab'in (Kodlama Laboratuvarı) açılışı, ikincisi ise çocuklarla birlikte Bosch Çevre Çocuk Tiyatrosu kapsamında sahnelenen 'La Fonten Orman Mahkemesinde' oyunu oldu. Türkiye'yi dolaşarak yüzlerce temsil sahneleyen Bosch Çevre Çocuk Tiyatromuz ile 10 yılda 500 kez perde açtık ve 170 bin çocuğa ulaşarak, çevreye duyarlı nesiller yetiştirilmesine katkı sağladık. Geleceği Kodlayanlar projemizle de Çerkezköy'de 2017'den bu yana 829 öğrenci ve 39 öğretmene toplamda 774 saat eğitim verdik."

"MÜHENDİS KIZLARA EĞİTİM VERDİK"

Fark Holding Yönetim Kurulu Başkanı, Arya Kadın Yatırım Platformu Kurucusu Ahu Büyükkuşoğlu Serter kendi deyimiyle 40 yaşından sonra sahip olduklarının boyun borcunu ödemek için kurumsal sosyal sorumluluk projelerine daha fazla destek vermeye başlamış. Kadınlara yönelik hayata geçirilen projelerde yer alan Serter, "KSS projeleri iyilik etmenin, birilerine dokunmanın yarattığı gönül rahatlığı dışında, iyi ekip çalışmasına, motive insan kaynağına ve güçlü aidiyete de vesile oluyor" diyor. Serter, şöyle konuşuyor: "Başkanlık görevini yürüttüğüm Farplas Otomotiv, Arya Kadın Yatırım Platformu'nun ana sponsoru. Bu platformla aktif olarak, iş hayatındaki kadınlara dokunuyorum ve sürekli iletişim, etkileşim, proje geliştirme halindeyim. Ayrıca Farplas olarak yıl boyunca hayata geçirilen pek çok farklı kurumsal sosyal sorumluluk projemiz daha var. Özellikle eğitime, sağlık hizmetlerine ve kültür, sanata desteğimizi sürdürüyoruz. Bu kapsamda farklı illerde sanat merkezleri, kütüphaneler, okullar, rehabilitasyon merkezleri yaptırıyoruz. Son olarak Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği iş birliğinde mühendis kız öğrencilere şirketimizde eğitimler düzenledik. Onları otomasyon programına dahil ettik ve iş seçimlerine yön vermek üzere moderatörlük yaptık ve staj imkanı sunduk. Yine 40. İstanbul Maratonu'nda KAÇUV (Kanserli Çocuklara Umut Vakfı) yararına Farplas olarak iyilik için koştuk ve hem kurumsal, hem bireysel olarak hatırı sayılır bir bağış topladık. Yine aynı dönemde şirket olarak Kızılay iş birliğinde kan ve donör bağışında bulunduk. 2019'da da bu alandaki çalışmalarımızı artırarak sürdürmeyi istiyoruz."

Ahu Büyükkuşoğlu Serter

Şenol Şankaya

"KERMES DÜZENLEDİK"

Yeşim Tekstil CEO'su Şenol Şankaya, KSS projelerine aktif katılan yöneticiler arasında. En son şirketinin düzenlediği kermese katıldığını söyleyen Şankaya, buradan elde edilen gelirle Şükrü

"PROJELERİMİZ GELECEĞİ DE İYİLEŞTİRMELİ"

TANKUT TURNAOĞLU P&G TÜRKİYE VE KAFKASYA YKB

"ÖRNEK OLDUK" Çevresel sürdürülebilirlik çalışmalarımız doğrultusunda Head&Shoulders olarak sularımız ve kıyılarımızın temizliği için çevreci bir hareket başlattık. Kıyılarımızın kirliliğine dikkat çekmek için Serenay Sarıkaya ve Toplum Gönülleri Vakfı (TOG) ile sahillerimizde atık toplama etkinliği gerçekleştirdik. Bu sayede pek çok kişiye örnek olduğumuzu ve bir hareket başlattığımızı düşünüyorum.

ÇÖP TOPLAMA ETKİNLİĞİ 15 Eylül Dünya Çöp Toplama Günü'nde Belgrad Ormanı'nda çöp toplama etkinliği düzenledik. Bu etkinliğimize marka yüzümüz Serenay Sarıkaya ve P&G çalışanları katıldı. O gün iş seyahatinde olduğum için orada yer alamadım fakat kızım orada beni temsil etti ve çöp toplama etkinliğine katıldı.

"ÇOCUKLARIMI AYNI BİLİNÇLE YETİŞTİRİYORUM" Çocuklarımın da aynı bilince sahip, çevreye duyarlı bireyler olarak yetişmeleri için elimden geleni yapıyorum. Hayata geçirdiğimiz tüm projelerin sadece o günü değil, geleceği de iyileştirebilecek etkide olabilmesini önemsiyorum. Şirketçe de önemsediğimiz projelerin bir parçası olarak o gün orada yer almaya büyük özen gösteriyorum. Programım elverdikçe tüm sosyal sorumluluk etkinliklerimize katılmaya çalışıyorum.

"KIZ ÖĞRENCİLERİ DESTEKLİYORUZ"

SÜER SÜLÜN MERCEDES-BENZ TÜRK İCRA KURULU BAŞKANI

14 YILDIR DEVAM EDİYOR En son toplumda kadının her alanda hak ettiği güce kavuşması, kadınlara sosyal ve ekonomik hayatta fırsat eşitliği tanınması hedefiyle 14 yıldır sürdürdüğümüz "Her Kızımız Bir Yıldız" projesinin İstanbul buluşmasına katıldım. Her Kızımız Bir Yıldız projesinde 200'ü üniversite 1.000'i meslek lisesi olmak üzere 1.200 kız öğrenciye eğitim bursu veriyoruz.

MAVİ YAKANIN YÜZDE 10'U Çeşitli eğitimler ve etkinlikler ile bursiyerlerimizin kişisel ve mesleki gelişimlerine destek oluyoruz. Eğitimini başarıyla tamamlayan kızlara istihdam olanakları sunuyoruz. Halihazırda mavi yaka kadın şirket çalışanlarımızın yüzde 10'u Yıldız Kızlar'dan oluşuyor.

"GURUR DUYDUM "Her Kızımız Bir Yıldız" projesi çerçevesinde her yıl 5 ilden 25 bursiyerimizi İstanbul'da bir hafta misafir ediyoruz. En son gerçekleşen İstanbul buluşmasında Yıldız Kızlarımız ile bir araya gelerek, yaşadıklarını, hayallerini ve eğitim konusundaki görüşlerini dinledim. "Yıldız Kızlar"a sağladığımız desteğin onlarda yarattığı farkı görmek beni gururlandırıyor.

Şankaya İlkokulu'nun konferans salonunu yenilediklerini söylüyor. KSS çalışmalarının şirket içinde birlik ve beraberlik duygusunu artırırken çalışanlar arasındaki iletişimi de kuvvetlendirdiğini belirten Şankaya, şöyle konuşuyor.

"Şirket olarak toplumdan aldığımızı topluma geri verme ilkesine uygun olarak yüksek seviyede kurumsal sosyal sorumluluk bilincine sahibiz. Bunun doğal bir sonucu olarak da birçok gönüllülük projesini hayata geçiriyor ya da çeşitli projelerde yer alıyoruz. Ben de hayata geçirdiğimiz projelerin her birini fazlasıyla önemsiyor ve takip ediyorum. Programım el verdikçe projelere katılarak çalışanlarımızı bu tür çalışmalarda desteklemek ve teşvik etmek istiyorum. Ayrıca mutlaka bu tür projelerde yer alan gönüllü çalışanlarımızla bir araya gelerek, onların yaptıkları çalışmalarla ilgili geri bildirim yapmayı son derece önemsiyorum.

En son şirket bünyesinde organize ettiğimiz 'İyilik Yap Fark Yarat' projesi kapsamında kermes düzenledik. Ben de kermes günü gönüllü çalışanlarımızı ve stantları ziyaret ederek, onlara destek verdim. Daha sonra da gönüllü çalışanlarımızla hep birlikte okuldaki konferans salonunun açılışını yapmak üzere Panayır Şükrü Şankaya Okulu'nda bir araya geldik. Çalışanlarımızın hayata geçirdiği kermes organizasyonu son derece duyarlı bir çalışmaydı. Bundan böyle her yıl kermes düzenleyerek, elde edilen gelirle her yıl farklı bir sosyal sorumluluk çalışmasına destek olmayı planlıyoruz. Bu yılki yardım organizasyonu bana da sürpriz oldu. Çalışan arkadaşlarımızın hepsi gönüllü olarak çalışmaya katılmak istemiş. Bu da beni çok duygulandırdı. Özellikle rahmetli babamın yaptırmış olduğu bir okulda bu şekilde bir çalışmayla yer almak, bana manevi anlamda da güç verdi." ■

"HEDEFTE SÜRDÜRÜLEBİLİR FAYDA VAR"

Eti 56 yıllık geçmişinde birçok KSS projesine imza attı. Her projesinde sürdürülebilirliği esas alan şirket, Eti Çocuk Tiyatrosu'nu 2001'den, Eti Sarı Bisiklet'i ise 2014 yılından bu yana devam ettiriyor. Şu ana kadar binlerce kişinin hayatına dokunduklarını belirten Eti İcra Kurulu Başkanı Hakan Polatoğlu, bundan sonra da KSS projelerinin gündemlerinde olmaya devam edeceğini söylüyor ve "Projelerimizi sürdürebilir fayda yaratmak amacıyla hayata geçiriyoruz. Elde ettiğimiz kazanımlar bizim için çok değerli" diye konuşuyor.

Hande Yavuz Çalık hyavuz@capital.com.tr

Eti işin merkezine ekonomik faaliyetleri kadar toplumsal sorumluluğu da koyan şirketlerden biri... Bugüne dek birçok sosyal sorumluluk projesi hayata geçiren şirket, projelerinin toplumun her kesimine ulaşmasını hedefliyor. Şimdiye kadar yaptıkları en etkili KSS projeleri arasında Eti Sarı Bisiklet ve Eti Çocuk Tiyatrosu'nu örnek gösteren Eti İcra Kurulu Başkanı Hakan Polatoğlu, "Eti Sarı Bisiklet Sosyal Sorumluluk Projesi'ne 2014 yılında başladık. İlkokullarda 20 binden fazla çocuğa bisiklet eğitimi verdik. Türkiye'nin en uzun soluklu sosyal sorumluluk projelerinden biri olan Eti Çocuk Tiyatrosu'nu 2001 yılından beri sürdürüyoruz. Ücretsiz gösterimlerle 2 milyon çocuğumuzu tiyatroyla buluşturduk" diyor.

Bundan sonra da gündemlerinde KSS projelerinin hep yer almaya devam

edeceğini belirten Polatoğlu, "Eti olarak sosyal sorumluluk projelerimizi her zaman bir adım ileriye taşımak ilkesiyle hareket ediyoruz. Bu yıl 10'uncu yılına giren Eti Burçak ve WWF-Türkiye iş birliğimiz kapsamında, yakın bir zamanda önemli bir projeyi daha hayata geçirerek kamuoyuna duyuracağız" diye konuşuyor.
Eti İcra Kurulu Başkanı Hakan Polatoğlu ile şirketin KSS'ye bakışını, bu alanda gerçekleştirdikleri faaliyetleri ve gelecek hedeflerini konuştuk.

Eti markası olarak kurumsal sosyal sorumluluğa bakış açınız nedir?
Eti olarak ilk üretimimizi gerçekleştirdiğimiz 1962 yılının üzerinden tam 56 yıl geçti. Kurucumuz ve onursal başkanımız rahmetli Firuz Kanatlı, bir yandan faaliyet gösterdiğimiz alanda her zaman en iyi kalite ve en üstün teknolojiyle benzersiz ürünler üretmeyi, bir yandan da içinde bulunduğumuz topluma olan sorumluluklarımızı yerine getirmeyi en önemli değerler olarak benimsedi. Bu değerleri bizlere de aşıladı. Eti olarak, Firuz Bey'in attığı temeller üzerinde süregelen yolculuğumuzda, sahip olduğumuz toplumsal sorumluluk bilinciyle insan hayatına değer katan, sürdürülebilir ve fark yaratan sosyal sorumluluk projeleri geliştirmeyi çok önemsiyoruz. Yıllarca üstlendiğimiz ya da destek olduğumuz birçok sosyal sorumluluk projesiyle ülke ve topluma karşı görevlerimizi yerine getirme ve bu alanda da öncü olma çabası içindeyiz. Amacımız, Türkiye'nin ihtiyacına yönelik, uzun soluklu ve sürdürülebilir projelerle toplumun her kesimi için fayda yaratmak. Milyonlarca kişinin hayatında olumlu değişiklikler yapabilmenin, çevreye yönelik veya sosyal iyileştirmelere katkıda bulunmanın bizler için anlamı çok büyük. Kültürel gelişim ve eğitim odaklı projeleri hayata geçirerek ülkemizin aydınlık yarınlarına yatırım yaptığımıza yürekten inanıyoruz. Ürünlerimizle olduğu kadar sosyal sorumluluk projelerimizle de Türkiye'de mutluluk denince akla gelen marka olmak için çalışıyoruz.

Son yıllarda gerçekleştirdiğiniz en önemli projeler neler oldu?
Daha sağlıklı ve daha mutlu bir toplum olmaya katkıda bulunacak sosyal sorumluluk projelerimizle insanların hayatında farkındalık yaratmayı ve onların da içinde bulundukları toplumu

değiştirecek, dönüştürecek motivasyonu yakalamalarını hedefliyoruz. Bu nedenle bizim sosyal sorumluluk anlayışımız, her zaman kitleleri de projenin içine dahil eden, onları projenin gönüllü elçileri haline getiren, proaktif bir yaklaşım içeriyor. Böylelikle inşa ettiğimiz projelerimizden biri olan 'Eti Sarı Bisiklet Sosyal Sorumluluk Projesi'ne 2014 yılında Aktif Yaşam Derneği ile birlikte başladık. Çıkış noktamız, dünyada ve ülkemizde giderek artan "hareketsizlik" sorunu oldu. İçinde bulunduğumuz çağın şüphesiz ki yaşantımıza kattığı çok önemli kolaylıklar var. Ancak görüyoruz ki toplumun önemli bir kesimi fiziksel aktiviteden her geçen gün daha fazla uzaklaşıyor. Sağlıklı ve kaliteli bir yaşam standartı sağlamanın en önemli ve öncelikli koşullarından biri hareketli olmaktan geçiyor. Sloganını "Sağlık İçin Hareket, Hareket İçin Bisiklet" olarak belirlediğimiz Eti Sarı Bisiklet projesiyle sağlıklı bir yaşam için hareket etmenin gerekliliği konusunda farkındalık yaratmayı ve günlük hayatta bisiklet kullanımını yaygınlaştırmayı hedefliyoruz.

Bu proje kapsamında şu ana kadar neler yaptınız?
Proje kapsamında bugüne kadar Eskişehir ve İstanbul'daki

ilkokullarda 20 binden fazla çocuğumuza bisiklet eğitimleri verdik. Mobil tamir aracımızla atıl duran yüzlerce bisikleti yeniden sokaklara kazandırdık. Kadınların gündelik yaşamlarına bisikleti entegre etmek için bugün üye sayısı 6 bin 500'ü aşan Bisikletli Kadın İnisiyatifi oluşumuna ilham verdik. Pilot mahalle uygulamalarıyla ev hanımlarının alışveriş ve çocuklarını okula götürme gibi günlük rutinlerini bisikletle yaparak hareket alışkanlığı kazanmalarını sağladık. Daha fazla insanın bisiklete binmesini teşvik etmek ve bisikletin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmak amacıyla İstanbul, Konya, İzmir ve Eskişehir'de bisiklet geri dönüşüm kampanyaları düzenledik. Çeşitli nedenlerle kullanılmayan ve evlerde atıl durumda bulunan bisikletleri tamir edip yenileyerek ihtiyaç sahibi çocuklara hediye ettik. Eti Sarı Bisiklet ile toplumun algısında sağlık denince akla hareket, hareket denince akla bisikletin gelmesine gayret ediyoruz.

Uzun soluklu projelerinizden biri de Eti Çocuk Tiyatrosu. Bu projenin sürdürülebilirliğini neye bağlıyorsunuz?

Evet, Eti Çocuk Tiyatrosu Türkiye'nin en uzun soluklu sosyal sorumluluk projelerinden biri.... 2001 yılından beri sürdürüyoruz. Tiyatro sevgisinin nesilden nesile geçerek büyümesine ve bu yönde toplumda bir çarpan etkisi yaratmasına hizmet ettiğimiz Eti Çocuk Tiyatrosu kapsamında bugüne kadar Pinokyo'dan Alice Harikalar Diyarında'ya, Çizmeli Kedi'den Kral Çıplak'a kadar her biri dünya klasiği niteliğinde olan, eğlendirici olduğu kadar eğitici ve öğretici özelliklere de sahip eserlerle çocuklarımıza tiyatro sevgisi ve kültürü aşılamayı hedefledik. 17 yıl boyunca hem Türkiye'de hem de Türk nüfusunun yoğun olduğu Kıbrıs, Azerbaycan ve Makedonya gibi ülkelerde yaptığımız ücretsiz gösterimlerle 2 milyon çocuğumuzu tiyatroyla buluşturduk, halen de buluşturmaya devam ediyoruz. 2018-2019 eğitim döneminde Kırmızı Başlıklı Kız oyunuyla Türkiye genelindeki 45 il ve ilçede 120 bin çocuğa daha ulaşacağız.

Çevreye yönelik de yaptığınız projeler var mı?

Çevreye yönelik olarak, yaşadığımız coğrafyadaki kısıtlı olan doğal kaynakların korunmasına katkıda bulunmak amacıyla Eti Burçak markamız ve WWF-Türkiye iş birliği ile 2008 yılından bu yana kapsamlı bir sosyal sorumluluk projesi yürütüyor, sürdürülebilir tarım anlayışını benimsetmek amacıyla çalışmalar gerçekleştiriyoruz. Projemizin temel stratejisinde, doğal kaynakların korunmasını sadece tek bir perspektifle değil, konuyla ilgili tüm paydaşlarla birlikte sorunları tespit ederek çözümlemek, paydaşlara eğitimler vermek, toplumda farkındalık oluşturmak, araştırmalar yapmak ve gelecek projeksiyonu sunmak yer alıyor. Projenin ilk yıllarında Türkiye'nin en büyük tahıl ambarı olan Konya Havzası'nda iklim değişikliğine karşı sürdürülebilir tarım anlayışını benimsetmek amacıyla, üretim ve su kullanımında sürdürülebilir önlemler alınmasına, modern sulamaya geçilerek su tasarrufu ve verimlilikte önemli artışlar sağlanmasına öncülük ettik. Ek olarak, sofralarımıza gelen pek çok yemeğin temel ve doğal hammaddesi olan buğdayın sürdürülebilirliğini sağlamak bizim için çok kıymetli. Bu kapsamda

"PROJELERDE STK'NIN PAYI BÜYÜK"

ÇALIŞAN KATKISI Çalışanlarımızın sosyal sorumluluk projelerimizde emeği çok büyük. Örneğin Sarı Bisiklet projemizde her bir çalışanımız projenin gönüllü elçileri haline geldi. Bu yıl gerçekleştirdiğimiz geri dönüşüm kampanyasında toplanan bisikletleri Eti çalışanları bizzat tamir edip yeniledi, yenilenen bisikletleri ise ihtiyaç sahibi çocuklara hediye ettik. Aynı zamanda, Sarı Bisiklet'e başladığımız ilk yıldan itibaren her yıl çalışanlarımız ve ailelerinin katılımıyla keyifli bisiklet sürüş günleri yapıyoruz.

YENİ AÇILIMLAR Sosyal sorumluluk projelerimizin her yıl yeni açılımlarla büyümesinde, birlikte çalıştığımız sivil toplum kuruluşlarının payı büyük. Ürünlerimizin temel hammaddesini oluşturan buğdayın sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla Eti Burçak markamızın WWF-Türkiye ile iş birliği 10 yıldır devam ediyor. Geçtiğimiz 10 yılda birlikte pek çok başarılı çalışmayı hayat geçirdik. Eti Sarı Bisiklet projesinde ise 5 yıldır Aktif Yaşam Derneği ile iş birliği içindeyiz.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BAŞARININ SIRRI

DUYARLILIK Sosyal sorumluluk projelerini rekabet açısından değerlendirmek yanlış olur. Toplumsal duyarlılık yaratma amacıyla yola çıkılan projeler, bu süreçteki kararlılık, istek ve doğru planlamayla başarıya ulaşır. Yapmış olduğunuz projeler kurum kimliğinizi ve kültürünüzü yansıtır. Dolayısıyla sosyal sorumluluk projeleri, rekabet ve zorunluluk gereği yapılamaz. Yapılsa da fayda sağlamanız mümkün değil.

BİLİNÇ Diğer taraftan tüketicilerin de gün geçtikçe daha duyarlı hale gelmesiyle sosyal sorumluluk konusunda bilinçli ve aktif olan markaların daha çok tercih edildiği ve sürdürülebilir başarıyı yakaladığını da söyleyebiliriz. Eti için kurumsal sosyal sorumluluk projelerinin hedefi, odaklandığı alanda toplumda bilinç oluşturarak bu alandaki dezavantajlı kitleler için sürdürülebilir fayda yaratmak, insanların hayatlarına olumlu katkılarda bulunmak, tüm ilgili taraflara ilham vermek ve mutlu olmalarını sağlamak.

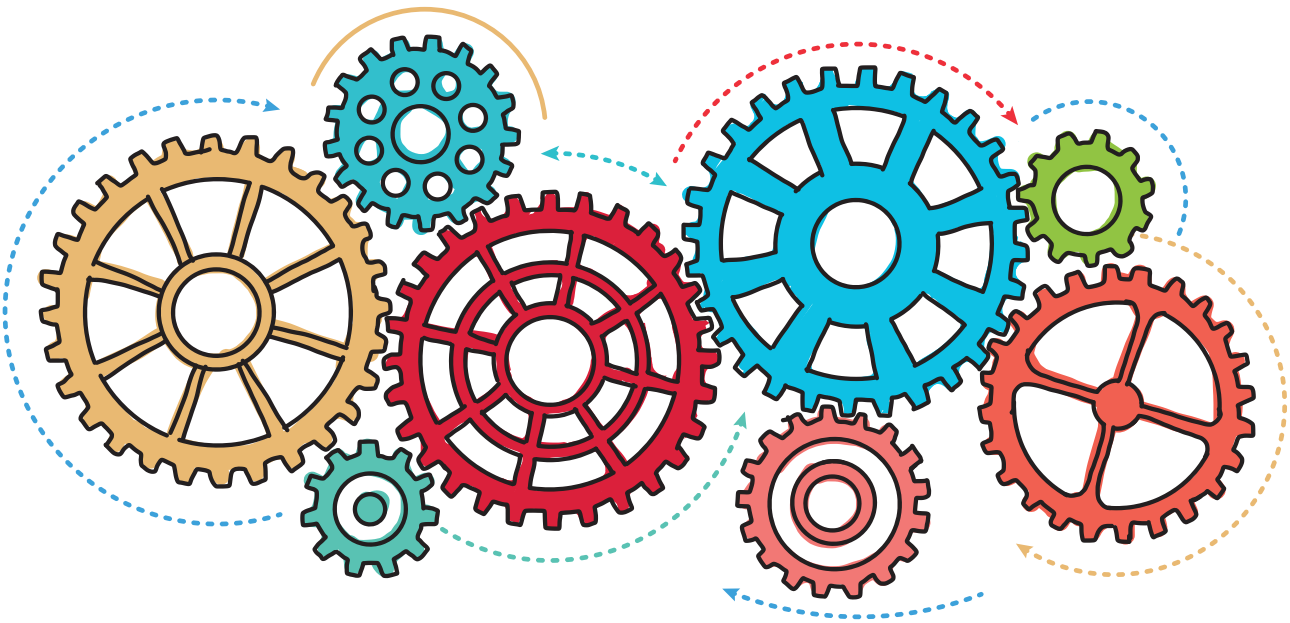
"Türkiye'nin Buğday Atlası"nı hazırladık. Ülkemizdeki yerel buğday çeşitliliğinin korunmasına yönelik çözüm önerileri geliştirerek harekete geçilmesini sağlamayı ve buğdayın önemiyle ilgili kamuoyunda farkındalık yaratmayı amaçladık. Bunların yanı sıra sosyal sorumluluk anlayışımız paralelinde 2003 yılında piyasaya sunduğumuz Türkiye'nin ilk glutensiz ürünler markası olan ETİ Pronot ile Çölyak hastalarının sınırlı olan beslenme menülerini çeşitlendirmeye hizmet ediyoruz.

Bu projeler nasıl sonuçlara ulaşıyor?
Projelerimizi sürdürebilir fayda yaratma amacıyla hayata geçiriyoruz ve elde ettiğimiz kazanımları da çok kıymetli buluyoruz. Örneğin; 17 yıl önce Bisküvi Adam oyununu izleyen bazı çocuklarımız, tiyatro ile ilk kez buluştuğu Eti Çocuk Tiyatrosu'ndan aldığı ilhamla daha sonradan kendi tiyatrolarında oyun sergileme başarısı gösterdi. Eti Sarı Bisiklet projemizde ise geride bıraktığımız 5 yılda toplumu hareketli yaşama teşvik etmek için pek çok çalışma gerçekleştirdik ve önemli kazanımlar elde ettik. Projeye başlamadan önce yaptığımız araştırmalarda toplumun algısında "bisiklet" hobi, spor ve karne hediyesi olarak görülürken, Eti Sarı Bisiklet projesi ile "iş, okul ve alışverişte bisiklet" diyerek bu algıyı değiştirdik. Son 5 yılda, sokaklarımızda güvenle bisiklet kullanabilen, işine, pazara veya herhangi gündelik bir amaçla bisiklete binen insanların sayısının hızla arttığını görüyoruz. Eti Sarı Bisiklet bir sosyal sorumluluk projesi olarak yola çıktı. Ancak onun ötesine geçti, her kesimden insanımızın aktif katılımıyla büyüyerek, derinleşerek ve yaygınlaşarak bir sivil toplum hareketine dönüştü, toplum tarafından benimsenip sevildi ve gerçek bir değişim yarattı. Eti Burçak markamız ve WWF-Türkiye ile birlikte sürdürdüğümüz projenin değerli bir çıktısı olarak, geçtiğimiz yıl pazara sunduğumuz Eti Burçak Siyez Buğdaylı ürünümüz ile toplumda siyez buğdayına dair farkındalığın arttığını ve bunun sonucu olarak siyez üretiminde artış yaşandığını görüyoruz.

KSS'nin sürdürülebilir olması neden önemli?
Sosyal sorumluluk projelerinin odaklandığı alanlarda, toplumda farkındalık ve fayda yaratabilmesi için uzun soluklu bir yatırım ve çaba gerektirdiğine inanıyoruz. Eti olarak hedeflediğimiz dönüşümü gerçekleştirmek ve ölçülebilir somut çıktılar elde edebilmek için projelerimizi sürdürülebilirlik temelinde inşa ediyor, düzenli ölçümlemelerle hedeflerimizi ne kadar gerçekleştirdiğimizi değerlendiriyoruz. Projelerimizin toplumun her kesimine ulaşmasına özen gösteriyoruz.

Önümüzdeki günlerde hangi projelere ağırlık vereceksiniz?
Eti olarak sosyal sorumluluk projelerimizi her zaman bir adım ileriye taşımak ilkesiyle hareket ediyoruz. Bu yıl 10'uncu yılına giren Eti Burçak ve WWF-Türkiye iş birliğimiz kapsamında, yakın bir zamanda önemli bir projeyi daha hayata geçirerek kamuoyuna duyuracağız. Bu projenin yanı sıra devam eden Eti Çocuk Tiyatrosu ile farklı şehirlerde yaptığımız ücretsiz gösterimlerle o şehirlerde yaşayan çocuklarımızı da tiyatroyla buluşturmayı sürdürüyoruz. Eti Sarı Bisiklet projesinde ise gündelik yaşamda bisikletle hareket alışkanlığı kazandırmak için bilinçlendirme ve farkındalık sağlama yönündeki çalışmalarımızı ve iletişim faaliyetlerimizi yoğun bir şekilde sürdürmeyi planlıyoruz. ■

“SORUMLU” ÜRÜNLERİN YÜKSELİŞİ



Artık sorumlu şirket olmanın yolu sadece KSS (kurumsal sosyal sorumluluk) projelerini hayata geçirmekle ilgili değil. Şirketlerin ürettikleri ürünlerle de topluma karşı yükümlülüklerini yerine getirmesi bekleniyor. Zaten çoğu da “sorumlu ürünlerin” sunduğu ekonomik değerin bilincinde... Bu nedenle her geçen gün çevreye duyarlı, topluma fayda sunan ya da etik davranışı simgeleyen yeni bir ürün piyasaya sürüyorlar. Önümüzdeki dönemde de yükselişini bekledikleri bu cazip alana yatırımlarına devam ediyorlar.

Nil Dumansızoğlu ndumansizoglu@capital.com.tr

Sorumlu ürün stratejileri

Şirket	Strateji
ABC	ABC Parfumia Safran, konsantre yumuşatıcı portföyü içinde yüzde 6 satış payına ulaştı.
Avon	İyilik ürünlerinden elde edilen kâr, projeyle ilgili derneklere aktarılıyor.
Ece Banyo	Su tasarrufu sağlayan ürün oranı Ideal Standard'da yüzde 15, Isvea'da yüzde 20.
Koton	El Emeği koleksiyonuyla bugüne kadar kadınlara 2 milyon TL'nin üzerinde bir gelir kazandırıldı.
L'Occitane	Hammadde elde edilirken yerli üreticilere destek veriliyor, eko-tasarım felsefesiyle üretim yapıyor.
Metro Market	Coğrafi işaretli ürünlerin toplam ciro içerisinde payı, gıda ürünleri özelinde yüzde 5,7 oldu.
P&G	2019'da Avrupa'daki üretiminin yüzde 25'i geri dönüştürülmüş plastiklerden karşılanacak.
Pınar	Süt kutularında, dünya ormanlarını korumak amacıyla FSC etiketli ambalajlar kullanıyor.
Polenez	Portföyündeki ürünlerin yüzde 95'i gluten içermiyor.
Polisan	Çevresel Ürün Beyanı belgeli ürünlerinin toplam cirodaki payı yüzde 21.
Tamek	Bin çiftçiyle sözleşmeli çalışıyor, çiftçilere tohum, fide ve gübreyi ücretsiz sağlıyor.

Not: Şirketler alfabetik olarak sıralanmıştır.

İş dünyası etik ticaret kavramıyla ilk kez 90'lı yılların başında tanıştı. Bu dönemde topluma fayda sağlamak için sadece sosyal sorumluluk projelerinin yeterli olmayacağı anlaşıldı. Bunda çocuk işçi çalıştıran, ürünlerinde sağlık faktörünü hiçe sayan ya da üretimi sırasında çevreyi tehlikeye atan şirket sayısının artması da etkili oldu. Bu dönemde yükselişe geçen "etik ticaret"in en önemli alt bileşeni ise "sorumlu ürün" üretimi oldu. Bu yeni trend sadece sorumlu ürün üreten bazı şirketlerin ön plana çıkmasını sağladı.

The Body Shop da bu şirketlerden biriydi. Şirket, kendi ürünlerini hayvanlar üzerinde deneye karşı olma prensibiyle üretti. Halen de tüm kozmetik sektöründe hayvan deneylerine son vermek üzere Cruelty Free International'la birlikte dünya çapında kampanyalar düzenliyor. Apple, geri dönüşüm çalışmalarının bir parçası olarak Daisy robotunu üretti. Daisy, değerli malzemeleri geri kazanmak için iPhone'ları daha etkili biçimde parçalara ayırabilen bir robot. Tüm ürünleri vegan sertifikalı olan The Humble Co ise satılan her ürünle dünyanın dezavantajlı bölgelerinde yaşayan çocuklar için ağız bakımı hizmeti sağlanıyor.

Örneklerin de gösterdiği gibi şirketler sadece hazırladıkları KSS projeleriyle değil, "sorumlu ürünlerle" de toplumsal fayda sağlıyor, iyi şirket oluyorlar. Sorumlu şirketler, üretimin her aşamasında çevreye, doğaya ve topluma faydalı olma felsefesiyle hareket ediyor.

Türkiye'de pek çok şirket "iyi" ürünleriyle öne çıkıyor. Örneğin Avon, aile içi şiddet ve meme kanseriyle mücadele kapsamında tasarladığı ürünlerden elde ettiği gelirlerle Türk Kanser Derneği'ne ve Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu'na destek oluyor. P&G su kirliliğiyle mücadele etmek amacıyla Head&Shoulders şişelerini denizlerden toplanan plastik atıklarla üretiyor. Koton ise "El Emeği" projesi kapsamında ürettiği ürünlerle kadınlara 2 milyon TL'nin üzerinde gelir kazandırıyor.

Bilge Kalpaklıoğlu

ÇEVRE DOSTU

Sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda ürün geliştiren şirketlerden biri Pınar. Dünya ormanlarını korumayı kendine amaç edinen FSC etiketli ambalajları kullanıyor. Böylece ormanların gelecek nesillere aktarılmasına katkıda bulunduklarını belirten Pınar Süt Pazarlama Müdürü Bilge Kalpaklıoğlu, "Yatırım kararları alırken sorumlu yönetim anlayışıyla hareket ediyoruz" diyor. Ekonomik, sosyal, çevresel boyutların hayatın içinde dengeli ve sürdürülebilir şekilde yer alması için çaba gösterdiklerini belirten Kalpaklıoğlu, insanı odak noktasına aldıklarını da sözlerine ekleyerek şöyle konuşuyor:

"Gelecek nesillere olan sorumluluk bilinci ve 'daha iyi bir yaşam için' sloganıyla yola çıktık. Pınar, Türkiye süt pazarında gerçekleştirdiği bu ilkle dünya ormanlarını korumak amacıyla sorumlu ormancılığı destekliyor. Tetra Pak tarafından üretilen Pınar Süt paketlerinde kontrollü ormanlardan elde edilen kartonlar kullanılıyor. Kaynak verimliliğine dayanan üretim modelleriyle sürdürülebilirliği tüm ekosisteme ve değer zincirine yayarak Yaşar Topluluğu'nun 2020 yılına kadar karbon ayak izini ortalama yüzde 15 oranında azaltma hedefinin bir parçası olan Pınar, bu hedefe emin adımlarla ilerliyor" diyor.

GIDADA DEĞER

Gıda alanında faaliyet gösteren şirketlerin en önemli sorumluluğu, çiftçiler. Tarım ülkesi Türkiye'de çiftçilerin yaşadıkları sorunların farkında olan şirketler, üreticiye sağladıkları desteklerle hem yeme-içme sektörüne hem

de ekonomiye katkıda bulunuyor. Coğrafi İşaretli Ürünler projesiyle dikkat çeken Metro Türkiye, kaybolma tehlikesi yaşayan ürünlere ve Türk mutfağına sahip çıkıyor. Porföylerinde, 120'den fazla coğrafi işaret tesciline sahip ve aday ürün olduğunu söyleyen Metro Türkiye Satın Alma Direktörü Deniz Alkaç, "2017'nin başından 2018 sonuna kadar olan dönemde bu ürünlerin satışında yüzde 24'lük bir artış elde ettik. Coğrafi işaret tescilli ve aday ürünlerin toplam Metro cirosu içerisindeki payı, gıda ürünleri özelinde yüzde 5,7" diyor.

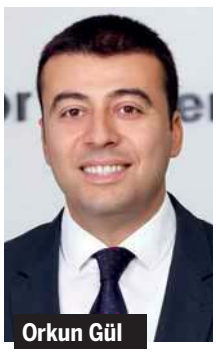
Gıda üreticilerinden Polonez ise sağlıklı yaşam odağıyla değişen beslenme şekillerine uygun alternatif ürünler oluşturuyor. Portföyünde, diyet yapanlar ve sporcular için daha az yağlı ve kalorili, gluten hassasiyeti olanlar için özel olarak formüle edilmiş ürünler bulunuyor. Polonez Genel Müdürü Andaç Günsoy, şöyle konuşuyor:

Andaç Günsoy

"2017 yılında gluten hassasiyeti bulunan ve çölyak hastası olan tüketicilerimizin diyetlerinde yaşadığı zorlukların farkına vardık. Ürünlerimizin lezzetini değiştirmeden glutensiz olması için yoğun çalışmalar gerçekleştirdik. Ambalajlarımızda güncelleme yaptık ve glutensiz logosu ekledik. Türkiye'de bir ilki gerçekleştirerek glutensiz çemensiz pastırma ürettik. Bugün, ürünlerimizin yüzde 95'i gluten içermiyor" diyor.

KADINLARA DESTEK

Şirketlerin hassas olduğu sosyal sorumluluk konularından bir diğeri de kadınlar. Bu, kadın istihdamı, kız çocuklarının eğitimi, cinsiyet eşitliği, kadına şiddet, kadın sağlığı gibi pek çok başlıkta değerlendirilen bir sorumluluk alanı olarak göze çarpıyor. Örneğin kozmetik sektöründe faaliyet gösteren Avon, uzun yıllardır meme kanseriyle mücadele alanında sosyal sorumluluk projeleri geliştiriyor. Şimdi ise aile içi şiddet konusuna da odaklanmaya başladı. Bu projelere dikkat çekmek içinse portföyünde "İyilik ürünleri" adıyla özel ürünler yer alıyor. Avon Türkiye Genel Müdürü Orkun Gül, "Meme Kanseri Farkındalık Ayı kapsamında hazırladığımız detoks şişesi, hem kadınları sağlıklı bir yaşama davet ediyor hem de mamografi taraması ve tedavi ihtiyaçlarının karşılanması için Türk Kanser Derneği'ne bağış yapılmasını sağlıyor. Satılan her üründen elde edilen kâr, iyilik fonunda toplanıyor ve Avon temsilcilerinin meme tarama programlarında kullanılıyor. Aile içi şiddetle ilgili ise bir takı seti hazırladık. Takı setini alan kadınlar, Türkiye Kadın Dernekleri Federasyonu üzerinden şiddet mağduru kadınlara da destek oluyor" diyor.


Orkun Gül

ABC ise "Yerli Yerinde" adlı KSS projesi kapsamında Osmaniye Bahçe'de safran bitkisinin yetiştirilmesine ve kadın çiftçilere destek oluyor. Bugün, yumuşatıcı kategorisinde yüzde 6 satış payına ulaşan ABC Parfumia Safran'dan elde edilen tüm kârın, Yerli Yerinde projesinde kullanılmak üzere fon haline getirildiğini söyleyen ABC Pazarlama Müdürü Deniz Özyer, Yerli Yerinde başlığı altında mini bir ürün ailesi oluşturmayı hedeflediklerini belirtiyor.

PAY ARTIYOR

Sorumlu ürün yaklaşımı doğrultusunda şirketler, ürünün yaşam boyu çevresel etkilerini dikkate alıyor ve bu konuda çeşitli çalışmalar yürütüyor. Çevre dostu ürünleriyle öne çıkan şirketlerden biri, Polisan Holding. Türkiye'de ilk defa EPD belgesini alan boya şirketi olduklarından bahseden Polisan Holding CEO'su Erol Mizrahi, sorumlu ürün kategorileri

"AMACIMIZ YÜZDE 100 GERİ DÖNÜŞÜM"

TANKUT TURNAOĞLU P&G TÜRKİYE VE KAFKASYA YKB.

PLASTİK ATIK WWF'nin yayınladığı plastik raporuna göre Avrupa'da yılda 60 milyon ton plastik üretiliyor ve geri dönüştürülmüş plastikler, plastik talebinin sadece yüzde 6'sına denk geliyor. Ellen MacArthur Vakfı'nın verilerine göre ise her yıl 8 milyon tonluk plastik okyanusları kirletiyor. Bütün bunların sonucunda, 2050 yılında denizlerde balıktan çok plastik atık olacağı öngörülüyor.

HEDEF YÜZDE 25 Bu hassasiyetle Head&Shoulders markası olarak su kirliliğiyle mücadeleye dikkat çekmeyi amaçladık. Avrupa genelinde yürütülen çalışmayla 100'den fazla STK ve binden fazla gönüllünün yardımlarıyla denizlerden toplanan plastik atıkları dönüştürerek dünyanın ilk geri dönüştürülmüş şampuan şişesini ürettik. Bu yılın sonunda, Avrupa'daki üretiminin yüzde 25'ini, geri dönüştürülmüş plastiklerden karşılamayı hedefliyoruz.

2030 VİZYONU 2019'da, Avrupa'da 500 milyondan fazla, Türkiye'de de 25 milyondan fazla şişe geri dönüşüme kazandırılmış olacak. 2030 sürdürülebilirlik hedeflerimiz çerçevesinde aralarında Head&Shoulders'ın da olduğu 20 markamızda yüzde 100 geri dönüştürülebilir veya yeniden kullanılabilir ambalaj kullanmayı ve ürünlerinin içeriklerini yüzde 100 şeffaflıkla tüketicilerle paylaşmayı taahhüt ediyoruz.

"KADINLAR 2 MİLYON TL KAZANDI"

GÜLDEN YILMAZ KOTON YÖNETİM KURULU EŞ BAŞKANI

6 BİN KADINA ULAŞTI Anadolu kadınlarının el emeğiyle oluşturduğumuz "Koton El Emeği Koleksiyonu" projemizle 6 bin kadına ulaştık ve toplam 120 binden fazla ürün ürettik. Görev alan kadınlarımıza bugüne kadar 2 milyon TL'nin üzerinde bir gelir kazandırdık. Projemiz ayrıca Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı'nın Business Call to Action Platformu'na kabul edildi.

200 MAĞAZADA SATILACAK El Emeği projemiz, gün geçtikçe büyüyen ve daha çok kadını ekosistem içine dahil eden bir projeye dönüştü. Bugün 120 mağazada satışa sunduğumuz koleksiyonumuzu, 200 mağazaya taşımayı satışa hedefliyoruz. El Emeği bizler için yalnızca bir koleksiyon değil, kadınları iş yaşamına kazandırdığımız uzun soluklu bir proje.

STK'LARLA İŞ BİRLİĞİ Bu projeye ne kadar çok kadını dahil edersek projenin o kadar başarılı olacağını biliyoruz. Tabii projenin sürekliliği ve ekosisteme dahil edilen kadınların sistem içinde kalmasını sağlamak da apayrı bir süreç. İş birliği yaptığımız STK'larla bunlar için de çalışmalar yürütüyoruz.

hakkında şunları söylüyor:
"En çok tercih edilen iç cephe ürünlerimizden Elegans ve Ambians'a, dış cephe ürünlerimizden Exelans ve A1 Silikonlu'ya, 2015 yılında Çevresel Ürün Beyanı (EDP) belgesini aldık. Tüm pazarlarda geçerli ve Avrupa standartları uyumlu EPD belgesini alabilen sektöründe Türkiye'de ilk, Avrupa'da ise ilk üç üreticiden biriyiz. Elegans, Exelans, Ambians ve A1 silikonlu ürünlerimizin toplam satışları içindeki payı yüzde 21."
Sürdürülebilirlik politikasının bir parçası olarak faaliyetlerini sorumlu ürün yaklaşımıyla sürdürmeye devam edeceklerini belirten Mizrahi, hedefleriyle ilgili "Ulusal ve uluslararası gelişmeleri sektöre örnek olmak amacıyla yakından takip ediyoruz. 2019 yılında iç mekan hava kalitesini koruyan ürünlere sahip olduğumuzu belgeleyen ve uluslararası geçerliliği olan çevre etiketi sertifikasyon sürecimizi başlatacağız. Avrupa Birliği çevre etiketi ve ulusal çevre etiketi çalışmalarımızı LEED Yeşil Bina sertifikalı yeni endüstri 4.0 boya fabrikamızda yürüteceğiz. Bunun yanı sıra toplam boya üretimimiz içindeki su bazlı boya oranını yüzde 100'e çıkarmayı hedefliyoruz" diyor.

EKOLOJİYE SAYGI

Ambalajlar da sorumlu ürün üretiminin önemli bir parçası. Bu konuya dikkat eden şirketlerin başında ise kozmetik markaları geliyor. Tüm ürün tasarım aşamasında eco-dizayn felsefesiyle ürün formülleri ve ambalajının çevreye olabilecek en az zararlı şekilde tasarladıklarını söyleyen L'Occitane Genel Müdürü Pınar Akçam, temel prensiplerinin doğal içeriklerin tedarik sürecinde direkt üreticilerle sürdürülebilir tarım alanlarında çalışmak olduğunu belirterek şunları söylüyor:
"Shea yağı ürünlerimizin üretiminde 10 binden fazla kadına istihdam sağlıyoruz ve Shea ağaçlarının korunmasına katkıda bulunuyoruz. Korsika'da yetişen ölmez otu bitkisini 2001'de keşfettik ve organik ölmez otu yetiştirme programını geliştirdik. Korsikalı 10 yerli üreticiyle 7 yıllık kontratlarla 50 hektarın üzerinde bir arazide bu içeriği yetiştiriyoruz. Lavanta içinse Provence bölgesinde iki farklı kooperatifle ve tek bir damıtma atölyesinde doğaya sadık yöntemlerle tedarik sürecimiz var. 20 lavanta üreticisiyle çalışıyoruz." ■

"SU İSRAFINI AZALTIYORUZ"

N.BÜLENT ONUR ECE HOLDİNG CEO'SU

ÜRÜNLERİN PAYI 2050 yılında, küresel su ihtiyacı, bugünkünden yüzde 30 fazla olacak. Su sarfiyatının en yüksek alanlarından biri de banyolar. Ece Holding olarak bünyemizde bulunan Ideal Standard markamızın; su, enerji ve temizlik tasarrufu sağlayan ürünlerinin cirodaki yeri yaklaşık yüzde 15. Isvea'nın ise yaklaşık yüzde 20.

TASARRUF ORANI Markalarımızla su kaynaklarının sürdürülebilirliğine olumlu katkıda bulunmak amacıyla çalışıyoruz. Ideal Standard'ın click kartuş teknolojisi yüzde 50'ye varan su ve enerji tasarrufu sağlıyor. Isvea'da ise AquaPlus özelliğine sahip az su tüketen klozetlerimizle her kullanımda yüzde 60'dan fazla su tasarrufu sağlıyoruz. Ayrıca dakikada 12 litre yerine 9 litrelik su akışıyla da yüzde 25 su tasarrufu elde ediliyor.

AR-GE'YE YATIRIM Ece Holding olarak Ar-Ge yatırımlarına önem veriyoruz. Çünkü sorumluluk sahibi ürünlerin geliştirilmesi için ihtiyaç duyulan yegane şey oturmuş bir Ar-Ge yapısı. Yıllık ciromuzun büyük bir çoğunluğunu da Ar-Ge'ye aktarıyoruz. Bizim için önemli olan gelişmiş teknolojiyi tasarımla birleştirmek. Özellikle banyo ürünleri için ilk planda olan tasarımsal şıklığı teknolojik ürünlere de taşıyarak tüketicilerin sorumluluk sahibi ürünlere yönelmesini destekliyoruz.

GIDA ODAKLI KSS YAKLAŞIMI

Türk mutfağının korunması, geleceğe taşınması ve uluslararası arenalara açılması konularına odaklanan Metro Türkiye, "Coğrafi İşaretli Ürünler" projesiyle kaybolma tehlikesi yaşayan 120'den fazla ürüne ticari değer kazandırdı. Coğrafi işaret tescilli, coğrafi işaret adayı ve yerli ürünlerle 10 Metro ülkesine ihracat yaptıklarından bahseden Metro Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi ve Satın Alma Direktörü Deniz Alkaç, "Kültürel değerleri dünyaya kazandırıyoruz. Bu ürünlerde 2017-2018 ihracat hacmimiz, bir önceki döneme oranla iki kat artarak 6 milyon Euro'ya ulaştı" diyor.

Nil Dumansızoğlu ndumansizoglu@capital.com.tr

Günümüzde şirketlerin de artık bir yurttaş gibi toplum için sorumluluk yüklenmesi zorunlu hale geldi. İşte bu, kurumsal vatandaşlık anlayışıyla çevreye verebilecek zararı en aza indirmeyi ve topluma değer katmayı gerektiriyor. Bu bilinçle hareket eden örnek şirketlerden biri de Metro Türkiye...

"Coğrafi İşaretli Ürünler", "Kızına Bak Anasını Al", "Palamutlar Nerede?", "Bugünün Balığını Yarına da Bırakalım" gibi projeleriyle dikkat çeken şirketin ana hedefi, yerel değerlere sahip çıkarak kalkınmayı desteklemek ve tüm paydaşlarına değer katmak.

Odak alanlarının başında Türk mutfağı olduğunu belirten Metro Türkiye Yönetim Kurulu Üyesi ve Satın Alma Direktörü Deniz Alkaç, bu kapsamda geliştirdikleri projeyle 120 ürüne ticari değer kazandırdıklarından bahsediyor. "Coğrafi işaret adayı ve yerli ürünlerde Rusya, Ukrayna, Polonya, Sırbistan, Romanya, Hırvatistan, Moldova, Bulgaristan, Almanya, Avusturya olmak üzere 10 Metro ülkesine 2017-2018 ihracat hacmimiz, 2015-2016 dönemine oranla iki kat artarak 6 milyon Euro'ya ulaştı" diyor. Deniz Alkaç, Metro Türkiye'nin kurumsal sosyal sorumluluk hamlelerini anlattı...

"İyi" şirket olmayı nasıl tanımlıyorsunuz?

Biz iyi şirket olmayı bir süreç olarak görüyoruz, varılacak bir nokta olarak değil. Şirket olarak faaliyetlerinizin, attığınız her adımın sorumluluğunun bilincinde olmak bu sürecin ilk adımı. Aynı zamanda çevre, tüketiciler, çalışanlar, tedarikçiler, kamu ve toplum üzerinde pozitif etki yaratmak için çalışmak da gerekiyor. Hatta onları da bu sürece dahil ederek topluma

ÇEVRE ODAKLI PROJELER

SU TASARRUFU Çevreye etkimizi azaltacak çalışmalar yürütüyoruz ve yerel kalkınmaya destek oluyoruz. Örneğin 2017 yılında başlattığımız Metro Su Hareketi'yle kısa sürede kayda değer bir su tasarrufu sağladık. 2018 yılında su tüketimimizi 100 milyon litreyle sınırlandırarak 2017'ye göre yüzde 2 daha az su tüketerek kapatmayı hedefliyoruz. Hayvan ırklarının korunması adına yürüttüğümüz "Kırklareli Kıvırcık Kuzu" projemizle bu türün sayısında artış sağlanmasına destek olduk.

GIDA İSRAFI Gıda atığı konusuna kendi operasyonlarımıza da hassasiyetle yaklaşıyoruz. Yeni nesil dijital bir platform olan Fazla Gıda'yla yaptığımız iş birliği sonrası, satış özelliğini kaybeden fakat hala tüketilebilir gıda ürünlerini israf olmaktan kurtarıp gıda bankaları vasıtasıyla ihtiyaç sahiplerine ulaştırıyoruz. 2018 yılının ilk 10 ayında 110 ton ürünü gıda bankalarına bağışladık. Projeyi daha genele yaymayı ve genişletmeyi hedefliyoruz.

ve ekonomiye katma değer yaratmanız şart. Metro tüm dünyada bunun bilinciyle hareket eden bir topluluk. Biz de Metro Türkiye olarak Metro'nun global olarak çizdiği yol haritasını takip ediyoruz. Ana hedefimiz, yerel değerlere sahip çıkarak yerel kalkınmayı desteklemek ve topluma, ülke ekonomisine ve tüm paydaşlarımıza değer katmak.

Metro Türkiye'nin şu anda KSS konusunda odak alanları hangileri?

Metro Türkiye olarak odak noktamız Türk mutfağı ve değerlerine sahip çıkmak. Bu amacımızın odağında Türk mutfağının korunması, geleceğe taşınması ve özellikle Türk mutfağının uluslararası arenalara açılması, tanınması konusuna odaklanıyoruz. Türk mutfağının tanınması, Türkiye için gastro turizmin gelişmesi demek. Gastro turizmin büyümesi ve gelişmesi de ekonomimizin kalkınması anlamına gelir. Örnek vermek gerekirse Barcelona'yı ziyaret eden bir turist toplam harcamasının yüzde 30'unu yemek için ayırırken İstanbul'u ziyaret eden bir turist için bu oran yüzde 14 oluyor. Biz Türkiye'de bu oranı yukarı çekmek için var gücümüzle çalışıyoruz. Mutfağımızın ve ürünlerimizin ancak ve ancak şeflerimizin modern dokunuşları, yaratıcı ve yenilikçi uygulamalarıyla onların omuzlarında büyüyeceğine inanıyoruz.

Sosyal sorumluluk projelerine toplamda yıllık ne kadar bütçe ayırıyorsunuz?

Kurumsal sosyal sorumluluk, bizim bütçemiz içinde her yıl belirli bir miktar parayı yatırdığımız bir kalem değil, bu bakış açısını doğru bulmuyoruz. Bu bizim için bir iş yapış biçimi ve tek bir departman ya da bölümün iş listesine konulamayacak kadar da öncelikli bir konu. Kasada görevli bir arkadaşımızın da satın alma yapan ya da reyonlarımızda görev alan bir başka ekip arkadaşımızın da ürünlerimiz ve hizmetlerimizin sürdürülebilirliğine önem vermesini, kendi alanında yapması gerekenleri hayata geçirmesini bekliyoruz. Ancak bu sayede işimizin sürdürülebilirliğini sağlayabiliriz.

En dikkat çeken projeleriniz Coğrafi İşaretli Ürünler. Bu projeden bahseder misiniz?

Metro, global olarak kurumsal önceliklerini daima faaliyet gösterdiği coğrafyaların ihtiyaç ve değerleriyle harmanlayarak belirleyen bir kurum. Bu, Türkiye'de de böyle. Temel amacımız, Türk mutfağına ve değerlerine sahip çıkmak. Projelerimizi de bu amaç çerçevesinde kurguluyoruz. Bu anlamda öne çıkan projelerimizden biri Coğrafi İşaretli Ürünler. Bu konuya 2012 yılından bu yana çok önem veriyoruz. Bunu sadece Türkiye olarak düşünmeyin, bugün Aydın incirinden Finike portakalına birçok coğrafi işaret tesciline sahip ürün Avrupa'daki Metro mağazalarının raflarında yer alıyor. Bu sayede bugüne kadar kaybolma tehlikesi yaşayan 120'den fazla ürüne sahip çıktık, bu ürünlere ticari değer kazandırdık. Herhangi bir yöreye özgü meyve, sebze, et, yağ gibi gıda ürünlerinin ya da gıda dışı ürünlerin hak ettiği değeri bulması, bulunduğu yöre dışındakilerin de bu değerden haberdar olması bizim için önemli. Bu ürünlerin tescil süreçlerinden ihracatına, hatta restoran menülerine dahil edilmesine kadar destekliyoruz. Bu da aslında hem

ürünü hem üreticiyi hem de ekonomiyi desteklemek anlamına geliyor. Ürünler ve üreticilerin yanı sıra yerel kooperatiflerle de iş birliği içindeyiz. Örneğin Balıkesir'de coğrafi işaretli ürün tesciline sahip Kapıdağ Mor Soğanı'nı satın almak üzere Kapıdağ Bereketli Eller Kadın Kooperatifi'yle çalışıyoruz.
Bu sayede kadın iş gücümüzü desteklerken herkesin kazandığı ekonomik bir model yaratmış oluyoruz. Kültürel bir değeri dünyaya kazandırmamız da cabası.

Coğrafi işaretli ürünler, nasıl bir büyüklüğe ulaştı?
Coğrafi işaretli ürünler projesi çok yönlü bir proje. Üreticiye ve ürünün tesciline yaptığımız yatırım, ihracatı için yapılan yatırım, şefler ve gastronomi dünyasında tanıtımı için yaptığımız yatırım gibi çok farklı boyutları var. Bu nedenle şu kadar diye bir rakam söylemek doğru olmaz. Hem maddi hem manevi kazanımlara baktığımızda yapılan her kuruş yatırımın geri dönüşünü aldığımızı söylemek mümkün.
Bir fikir vermesi açısından bu projeyi başlattığımız Taşköprü siyah sarımsağını ele alalım. Projenin düğmesine bastığımızda Taşköprü Sarımsağı'nın rekoltesi 50 bin tondan 12 bin tona düşmüştü ve Çin Sarımsağı karşısında tehdit altındaydı. Yerel üreticiler bu değerin farkında değildi. Üreticilere, ürün özelinde tohum, yetiştirme metotları, verim gibi başlıklar içeren eğitimler verdik, üretimi standardize ettik. Üreticilerimizin her birinin "Kırmızı Pasaport", yani Global GAP Sertifikası almasını sağladık. Artık Taşköprü Sarımsağı, sorgusuz sualsiz Avrupa'ya ihraç edilebilir konuma geldi.
İhracata bakacak olursak bu ürünlerin Avrupa pazarına ve tüketicisine uygun hale getirilmesi için üründe bir inovasyon yaptık; soyup püre haline getirdik. Bu haliyle bir gurme ürün olarak Michelin yıldızlı şeflerin mutfaklarında hak ettiği yeri almaya başladı, uluslararası bir marka haline dönüştü. Aslında bunu tüm coğrafi işaretli ürünlerimiz için yapıyoruz; coğrafi işaret tescilli, coğrafi işaret adayı ve yerli ürünlerde Rusya, Ukrayna, Polonya, Sırbistan, Romanya, Hırvatistan, Moldova, Bulgaristan, Almanya, Avusturya olmak üzere 10 Metro ülkesine 2017-2018 ihracat hacmimiz, 2015-2016 dönemine oranla iki kat artarak 6 milyon Euro'ya ulaştı.

Sürdürülebilir balıkçılıkla ilgili projeleriniz olmuştu. Bunların etkisi nasıl oldu?
Balıkçılık anlamında iki önemli sorun var. Birincisi, balık nesilleri Türkiye'de tükeniyor. İkincisi de bütün dünyada denizlerin kalitesi ve temizliğiyle ilgili endişeler artıyor. "Kızına Bak Anasını Al" projemizle gelecek nesiller de lüfer yiyebilsin dedik ve oluşacak tüm ciro kaybı ve rekabet dezavantajına rağmen, soyu tükenme riski

"DEĞERLERİMİZİ FAYDAYA DÖNÜŞTÜRMELİYİZ"

KATMA DEĞER Türkiye'nin yerel değerleri ön plana çıkaracak, farklılaşmayı ve markalaşmayı sağlayacak projelere ihtiyacı var. Coğrafi işaretlerin Avrupa Birliği'ndeki pazar değeri 75 milyar Euro, dünyadaki pazar değeri ise 200 milyar dolar. Avrupa'da coğrafi işarette katma değer yaratma noktasında İtalya örnek bir ülke. 317 coğrafi işaret tescilli gıda ürünüyle en yüksek sayıya sahip ve 15 milyar Euro'luk katma değer yaratıyor, 7 milyar Euro'luk ihracat rakamına ulaşıyorlar.

POTANSİYEL Sadece Grana Padano peyniri 1 milyon 361 bin Euro değerine, Modena balsamik sirkesi 292 milyon Euro ticaret hacmine sahip. Türkiye'de potansiyel 2 bin 500 civarında coğrafi işaretli ürün olduğu düşünülüyor. Bu değerin ulaşabileceği rakam, dış ticaret açığımızı dahi kapatabilecek potansiyele sahip diyebiliriz. Bütün bunların yanına bir de kırsal kalkınmayı eklediğinizde, katlanan bir değer artışı elde etmiş oluyoruz. Bizim bu değerleri ekonomik faydaya dönüştürecek projelere ihtiyacımız var.

taşıyan lüferin daha küçük türleri olan çinekop ve sarıkanadı hiçbir mağazamızda satmama kararı aldık. Bu kararımızın ardından lüferin boy yasaklarıyla ilgili bir yasal düzenlemenin de devreye girmiş olması bizi mutlu etti.
Yine bu bağlamda Türk Deniz Araştırmaları Vakfı'yla birlikte "Palamutlar Nerede?" projemiz oldu. 2012-2015 yılları arasında 4 bin 500 palamudu markalayarak denize bıraktık. Bu şekilde topladığımız verilerle Akdeniz ve Karadeniz ülkeleri arasında göç eden, stokları bilinmeyen palamudun korunması için uluslararası bir koruma anlayışı geliştirilmesine temel oluşturduk.
Şimdi de Su Ürünleri Kooperatifleri Merkez Birliği'ne bağlı kooperatifler ve balıkçılarla el ele vererek hayata geçirdiğimiz "Bugünün Balığını Yarına da Bırakalım" projemiz devam ediyor.
Gelecek nesillere balıklarımızı bırakabilmek adına kooperatiflerle doğrudan çalışmayı kendimize hedef olarak belirledik. Bu anlamda 572 kooperatifin içinde olduğu birliğimizle beraber çalışıyoruz. Bu proje kapsamında, balığın ağdan çatala izlenebilirliğini sağlıyoruz ve balığın boy uygunluğu, av yasağı dönemleri, avlandığı denizin temizliği gibi konuları yakından takip edip denetleyebiliyoruz. Düzenli olarak deniz balıklarının avlandığı sulardan ve avlanan balıklardan numuneler alarak ağır metal ve mikrobiyolojik analizlerini yapıyoruz ve sadece uygun olan ürünleri müşterilerimize sunuyoruz. Bunu bir karekodla da destekledik. Bu sayede bütün müşterilerimiz, satın aldığı balığın ne zaman nerede, kim tarafından avlandığını takip edebiliyor. Deniz balıklarının yanı sıra Metro Chef markamızla çiftlik balığı olarak çipura ve levrek de yine izlenebilir şekilde reyonlarımızda yer alıyor. Aynı şekilde "Et İzlenebilirliği" projesiyle et ve et ürünlerinin de hammadde ve tedarikçi adı, kesim tarihi, veteriner seri numarası, kulaklık seri numarası gibi bilgileri karekodla müşterilerimize sunuyoruz. Bunun dışında, 2020 yılına kadar 12 balık türünün yüzde 80'ini global su ürünleri sertifikasyonuna sahip tedarikçilerden almayı hedefliyoruz.

FARKINDALIĞI ARTIRIYOR

ÖRNEK OLDU **Yaptığımız araştırmalar sonrasında meyve-sebze ürünlerinde kayıp ve atıkların azaltılması amacıyla ürünlerin ambalajlanması, uygun koşullarda soğuk zincir kırılmadan taşınması, depolanması ve soğutulmuş alanlarda satışa sunulmasının çok önemli olduğunu bilimsel bir araştırmayla da ortaya koymuştuk. Bu uygulamamız, sektördeki diğer şirketlere de örnek oldu. Ayrıca yasal düzenlemeler çıkması için tetikleyici bir güç oldu.**

ÖZEL AMBALAJ **Bir ürünü kaybetmek, aslında ürünün kendi değerinden çok daha büyük bir kaybı ifade ediyor. Buna yönelik olarak marulda nem önleyici ambalaj kullandık ve raf ömrünü 3 kat artırdık. Türkiye'de soğuk alanda sergileme yapan tek nokta olarak yeşilliklerin raf ömrünü 6 günden 8 güne çıkardık ve yaşanabilecek yüzde 23'lük gıda kaybını önlemiş olduk.**

Bunların dışında KSS projeleriniz var mı?
Türk mutfağının gelişimi ve tanıtımıyla ilgili büyük adımlarımızdan biri de HORECA topluluğuna yönelik kurduğumuz gastronomi keşif platformumuz Gastronometro oldu. Burada gastronomi profesyonellerine yönelik eğitimler, atölye çalışmaları ve etkinlikler gerçekleştiriliyor. Ayrıca raflarda yer alan tüm Metro Chef ürünlerinin geliştirme süreci de Gastronometro şefleri tarafından destekleniyor ve onaylanıyor. Gastronometro'yu 3 yıl önce kurduk. Bu üç yıl içinde dünyanın dört bir yanından, kendi alanlarında bir numara olan 13 master şefi ağırladık, 5 bin şefin ve gastronomi profesyonelinin katıldığı birçok workshop ve eğitim düzenledik. Metro'nun 2 bin çalışanı sürdürülebilirlik, hijyen, coğrafi işaretli ürünler, kendi markamızı taşıyan ürünler gibi farklı konularda eğitim aldı.

Metro'nun global operasyonunda Türkiye olarak yaptığınız projeler nasıl karşılanıyor?
Gastronomi keşif platformumuz olan Gastronometro'yla tüm Metro ülkelerinde başarı hikayesi olarak anlatılıyoruz. Diğer ülkelerde HORECA Center ismi verilen bazı projeler var ancak Gastronometro kadar kapsamlı ve etkili çalışmalar yürüten bir proje yok. Yine yerel ürünler projemizle de diğer Metro ülkelerine ilham verdik, İspanya bu konuda benzer çalışmalar hayata geçirdi. Fazla Gıda'yla yaptığımız gıda atıklarının doğru yönetilmesi konusu birçok ülkenin ilgisini çekti. Metro Accelerator Yarışması'nda keşfettiğimiz Fazla Gıda iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz projemiz, birçok ülkeye örnek oldu. ■

Nil Dumansızoğlu ndumansizoglu@capital.com.tr

AKBANK'A İKİ ÖDÜL BİRDEN

Akbank, ödeme ve tahsilat alanında sunduğu çözüm odaklı yenilikçi ürün ve hizmetleriyle bu yıl iki uluslararası ödül birden kazandı. İngiltere merkezli Global Finance ve Emea Finance'ın düzenlediği iki prestijli yarışmanın da birincisi, Akbank oldu. Küresel finans çevrelerinin yakından izlediği Global Finance ve Emea Finance, Akbank'ı ödeme ve tahsilat alanında, "Orta ve Doğu Avrupa'nın En İyi Bankası" seçti. Akbank Nakit Yönetimi ve Dış Ticaret Bölüm Başkanı Erdoğdu Paker, "İki ayrı kuruluştan birden, aynı yıl içinde aynı kategoride iki büyük ödülü kazanmak bizi mutlu ediyor. Misyonumuzun hem bizlere referans veren müşterilerimiz hem de ödülü bizlere veren Global Finance ve Emea Finance tarafından takdir görmesi, bizi bu konudaki çalışmalarımız için daha da çok motive ediyor" dedi.

ÜNİVERSİTEDEN KSS ADIMI

Beş yıldır Sosyal Sorumluluk Projesi dersiyle kadın haklarından madde bağımlılığına 295 projeyi hayata geçiren Beykoz Üniversitesi, yükseköğretim kurumları arasında Kurumsal Sosyal Sorumluluk Birimi'ni kuran ilk üniversite oldu. Üniversite çalışanları ve öğrencilerin merkezde geliştirdikleri projelerle toplumsal sorunlarla mücadele etmesi planlanıyor. Birimin Koordinatörü Öğr. Gör. Oğuzhan Çaçamer, "5 yılın verdiği tecrübe, cesaret ve güvenle bu birimi kuran ilk üniversite olduk" diyor.

25 STK'YA ULAŞTI

Türkiye'de sivil toplum bilincini ve bağış kültürünü güçlendirme hedefiyle 2017 yılında yola çıkan Sosyal Bağış Hareketi, düzenlediği özel bir toplantıyla yeni dönem projelerini açıkladı. Marjinal Sosyal'in girişimi ve Facebook'un katkılarıyla geçen yıl 15 STK'yı aynı çatı altında toplayarak 21 milyon kişiye ulaşan hareket, bu yıl yoluna 25 STK'yla devam ediyor. Marjinal Sosyal Kurucu Ortağı Işık Elpek, bu yılki planları arasında, CurioCity araştırma şirketiyle birlikte Türkiye'de Sivil Toplum ve Bağış Perspektifi başlıklı bir kamuoyu araştırması yapmak olduğunu söylüyor.

Sosyal Bağış Hareketi — Biriniz, hepimiz için. — MARJINAL SOSYAL

ÖZEL EKİP KURDU

Decathlon sürdürülebilirlikle ilgili proje ve etkinliklerine devam ediyor. Decathlon'un 2017 yılında, dünyadaki mağazalarının yüzde 19'u eco-sertifikalı hale geldi. Türkiye'de de Antalya Muratpaşa Decathlon mağazası, yeşil binaların tasarım, inşaat ve işletmesi için Gümüş LEED sertifikası almaya hak kazandı. 2026'ya kadar yüzde 100 yenilenebilir enerji kullanmayı hedefleyen Decathlon'un, enerji ve atık yönetimini optimize etmek için özel bir ekibi de bulunuyor.

"ELDEN ELE" BİRİNCİ OLDU

Starbucks Türkiye'nin iletişimde engelleri kaldırmayı hedefleyen sosyal sorumluluk projesi Elden Ele, "Sosyal Sorumluluk ve Sürdürülebilirlik Bölümünde Engellilere Yönelik Proje" dalında Felis'ten birincilik ödülü aldı. Starbucks, işitme engelli bireylerin günlük hayatına küçük bir dokunuşta bulunmayı hedeflerken aynı zamanda toplumun dikkatini işaret dili öğrenmenin önemine çekiyor ve iletişimin önündeki engellerin kalkması için farkındalığın artmasına destek veriyor.

AÇEV Genel Müdürü Nalan Yalçın, Multinet Up CEO'su Demirhan Şener

MULTINET UP'TAN AÇEV'E DESTEK

Multinet Up, Anne Çocuk Eğitim Vakfı'nın (AÇEV) eğitim programına sunduğu destekle 3 bin 500'den fazla anne ve çocuğun hayatına dokundu. 2016 yılından bu yana AÇEV eğitim programlarını destekleyen Multinet Up, önümüzdeki 3 yıl boyunca AÇEV'e toplam 10 bin Euro değerinde eğitim desteği sunacak. Eğitimler sonunda haklarının farkında olan, daha fazla beceri sahibi anneler, çocuklarını daha eşitlikçi ve demokratik bir aile ortamında yetiştirme yönünde desteklenmiş oluyor.

4 MİLYON PED DAĞITACAK

Orkid, TOÇEV iş birliğiyle kız öğrencilerin okullarına ve hayatlarına özgüvenle devam edebilmeleri için "Okula Devam" projesini başlatıyor. Projeyle Türkiye'de ailelerinin ekonomik koşullarının yetersizliği nedeniyle hijyenik ped alamayan kız öğrencilere, 4 milyon ped bağışında bulunulması hedefleniyor. Projenin sürdürülebilir olması için kız öğrencilere hijyen eğitimleri de verilecek.

VODAFONE 15. OLDU

Vodafone Türkiye, Amerikan İletişim Profesyonelleri Ligi (LACP) tarafından düzenlenen 2018 Spotlight Ödülleri Global İletişim Yarışması'nda "Sürdürülebilirlik Raporu" kategorisinde Altın Ödül'ün sahibi oldu. En İyi 100 İletişim Çalışması arasında da 15'inci sırada yer aldı. Ödülü değerlendiren Vodafone Türkiye İcra Kurulu Başkan Yardımcısı Hasan Süel, "Sürdürülebilir bir gelecek için öncü çalışmalarda bulunmaya devam edeceğiz" dedi.

"TENEFFÜSTE SAĞLIK"

Önlenebilir sağlık alışkanlıklarını ve sağlık okuryazarlığı oranını artırmak için çalışmalar yapan Bayer, yeni bir adım atarak "365 Gün Teneffüste Sağlık" projesini başlattı. ÖRAV (Öğretmen Akademisi Vakfı) iş birliğiyle gerçekleştirilen projeyle ulaşılmak istenen ana hedef, toplumdaki bireylerin temel sağlık bilgilerinin ve bilincinin yükseltilmesini, buna bağlı olarak da bireylerin sağlıklı yaşam kalitesinin artırılmasını sağlamak.

LİDERLER SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KONUŞACAK

Yıldız Holding Sürdürülebilirlik Platformu ev sahipliğinde ve B Lab Avrupa iş birliğiyle bu yıl ilk kez 19 Aralık'ta, İstanbul'da Fairmont Quasar Otel'de düzenlenecek Sürdürülebilir Gelecek İçin Liderler Zirvesi'nde, iş dünyasının önde gelen isimleri, sürdürülebilir bir gelecek için ortak taahhütte bulunacak. Küresel gelişmelerle birlikte değişen ekonomideki yeni yaklaşımlar ve sürdürülebilirliğin şirketler için etkileri, iş dünyasının önde gelen isimleriyle ele alınacak.

"KALICI DEĞER YARATIYORUZ"

Polisan Holding, Ekim 2017-2018 dönemi sürdürülebilirlik performansıyla bu yıl da Borsa İstanbul (BIST) Sürdürülebilirlik Endeksi'ne girmeye hak kazandı. Ekonomik, sosyal ve çevre konularında sürdürülebilirlik performansına büyük önem verdiğini söyleyen Polisan Holding'in CEO'su Erol Mizahi, kalıcı değerler yaratmak için çalıştıklarını belirtti.

24 ÖĞRENCİNİN EĞİTİMİNİ ÜSTLENDİ

Tekfen Holding'in Darüşşafaka Spor Kulübü Basketbol A Takımı'na sponsor olmasının ardından Tekfen Vakfı'ndan da Darüşşafaka Cemiyeti'ne destek geldi. Vakıf, Darüşşafaka Eğitim Kurumları'nda okuyan 24 ortaokul öğrencisinin 4 yıl boyunca tüm masraflarını üstlendi. Tekfen Holding Kurucu Onursal Başkanı Ali Nihat Gökyiğit, "Türkiye'nin kendi alanında pırıl pırıl 2 isminin birlikte anılmasından büyük mutluluk duyuyorum" dedi.

832 BİN TL BAĞIŞ TOPLANDI

Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı
CEREBRAL PALSY TÜRKİYE

2011 yılında başlatılan ve 9 ülkede eşzamanlı gerçekleştirilen "Steptember" sosyal sorumluluk projesine, bu yıl Türkiye'den 2 bin 832 kişi katıldı. Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı'nın, Cerebral Palsy Türkiye'nin ülke temsilcisi olduğu "Steptember" sosyal sorumluluk projesinde gönüllüler, Cerebral Palsy'li çocuk ve erişkinler için 446 milyon 238 bin 439 adım atarak farkındalık yarattı; 832 bin TL bağış topladı.

COSMED'DEN EĞİTİME KATKI

COSMED, 9'uncu yılını çocukların eğitimine destek olarak kutluyor. COSMED için bir araya gelen 9 influencer, 9 COSMED ürününün kutusunu yeniden tasarladı. Kasım ayında raflarda yerini alan bu ürünlerin satışından elde edilen gelirin bir kısmıyla Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı'na bağışta bulunulacak ve 900 öğrencinin bir yıllık eğitim masrafı karşılanacak.

"HER PAKET, BİR ÇOCUĞA DESTEK"

CarrefourSA, Toplum Gönüllüleri Vakfı'yla (TOG) başlattığı "Her Paket, Bir Çocuğa Destek" kampanyası kapsamında, müşterilerinin katılımıyla toplanan kırtasiye paketlerini, Van'da Toplum Gönüllüsü gençlerin belirlediği bir okula ulaştırdı. Van'ın Gevaş ilçesindeki Dilmetaş İlköğretim Okulu'nun öğrencilerine paketlerini teslim eden TOG'lu gençler, bundan sonra da Bursa, Eskişehir ve Şanlıurfa'da belirleyecekleri okullara kırtasiye desteğini ulaştıracak.

JOHAN VAN DAELE

MIP Genel Müdürü

“İŞLEM HACMİYLE İLK SIRAYA YERLEŞTİK”

SABRİ TEKLİ

MTOSB YKB

“TİCARET HACMİNİ ÜST SEVİYEYE TAŞIYACAĞIZ”

AYHAN KIZILTAN

MTSO YKB

“ODAĞIMIZDA ÜRETİM VE NET İHRACAT VAR”

Capital

ARALIK 2018

MERSİN

BÜYÜMEDE ATILIM ZAMANI

2018 yılında yabancı yatırımcıda yüzde 36’lık büyüme yakalayan Mersin’in hedefinde; verimlilik, üretim ve net ihracata odaklanmak var. Uluslararası Mersin Limanı ve diğer lojistik avantajlar ile sanayi, turizm ve tarım alanlarındaki yatırımlar kenti bir üst lige taşıyacak.

BURHANETTİN KOCAMAZ **B.B. BAŞKANI**

“MERSİN’İ CAZİBE MERKEZİ HALİNE DÖNÜŞTÜRDÜK”

DR. LUTFİ ALTUNSU **ÇKA**

“MERSİN İÇİN 176 MİLYON TL’LİK KAYNAĞI HAREKETE GEÇİRDİK”

ÜLKÜ ÖZCAN **ÇİMSA**

“MÜŞTERİYE ÖZEL ÇÖZÜMLERE ODAKLANIYORUZ”

Türkiye'nin Akdeniz'den Dünyaya Açılan Kapısı

Mersin Tarsus OSB Bölgesi yatırımcıyı çeken, planlı ve düzenli sanayileşmeyi sağlayan, tarım arazilerini ve çevreyi koruyan, tarımsal sanayiyi geliştiren özelliği ile ekonomi ve istihdama sağlamış olduğu katkı büyük önem arzetmektedir. Bölge'nin en önemli özelliği havayolu, karayolu, demiryolu ve denizyolu limanı ile İç Anadolu ve Güney Doğu Anadolu'nun dışa açılan en büyük kapısı Mersin'in; tüm yeni yatırımcılar için bir cazibe merkezi ve yeni yatırım bölgesi olmasıdır.

- Modern Altyapı
- En Az Seviyede Bürokrasi
- Limana Yakınlık
- Stratejik Konum
- Kolay Ulaşım
- Nitelikli İş Gücü
- Mesleki Eğitim

Atık Su Arıtma Tesisi	**Özel Şişecam Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi**	**Ortak Sağlık ve Güvenlik Merkezi**	**İtfaiye, Doğal Gaz, Tır Parkı, AVM, Banka**

Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi
Nacarlı Köyü Mevkii P.K.: 1 Akdeniz/Mersin
Tel: 0324 676 42 42 Faks: 0324 676 43 17 / 45 80

Yenilikçi anlayışımız,
insana ve çevreye duyarlı sürdürülebilir faaliyetlerimiz ve
45 yılı aşkın tecrübemizle çimento ve yapı sektörüne öncülük ediyor,
yeniliğin temellerini atıyoruz.

www.cimsa.com.tr /company/cimsa /cimsacement /cimsacement

ÇİMSA

İÇİNDEKİLER

5 Güneyin incisi, Mersin...

6 “Mersin'i cazibe merkezi haline getirdik”

8 Mersin lojistikle fark yaratıyor

10 “İhracatımızı artırmak için bütün fırsatları değerlendiriyoruz”

12 “Mersin’in tek ses, tek yürek olmasını sağlıyoruz”

13 “Başarımızı hizmette gösterdiğimiz kalite standartlarına borçluyuz”

14 “Verimliliğe, üretime ve net ihracata odaklanıyoruz”

16 “Müşteri memnuniyeti en büyük kazancımız”

17 “Lowbed üretimini bir fırsat olarak görüyoruz”

18 “Mersin'in ticaret hacmini daha üst seviyeye taşımaya çalışıyoruz"

20 "Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayan özel çözümlere odaklanıyoruz"

22 “Taşucu SEKA Limanı ekonomiye kazandırılmalı"

24 “Markalarımızın sayısını artırmak zorundayız”

26 “Markamızı güçlendiren önemli projelere imza atıyoruz”

28 “Mega projelerin aranan firmasıyız”

30 “İhtisas OSB, Çukurova için ‘umut havzası’ olacak”

32 “Mersin ekonomisi için 176 milyon TL’yi harekete geçirdik”

34 “Konteyner işlem hacmiyle ilk sıraya yerleştik”

36 “Radyatör ve havlupan üretimine başlayacağız

38 “Led’li aydınlatma ürünleriyle maksimum verim sağlanıyor"

40 “2018’de yüzde 20 ciro artışı hedefliyoruz”

42 “Ülke olarak sanayiye baktık, tarımı gözden kaçırdık”

44 “Dijital yönetime odaklanacağız”

46 “Yatırım yaptığımız sektörlerde büyümeyi sürdüreceğiz”

48 Mersin Serbest Bölgesi’nin işlem hacmi 61,6 milyar dolara ulaştı

50 “İnsan sağlığına özen gösteren, çevre dostu yataklar üretiyoruz”

52 “Tarsus eski parlak günlerine geri dönecek”

54 “Değer yaratan kadınları desteklemeyi sürdüreceğiz”

55 Mersin'de teşvikler ve destekler

56 ‘Kilitli pizza kutusu’ ile pizza siparişleri güvende

58 "İşletmeler sürdürülebilir bir yapıya kavuşmalı"

59 “Ekonomi olumlu yönde gelişiyor”

60 “Üniversitemiz bölge ekonomisine katkı sağlıyor”

60 “10 yıldır organik sertifikalı bal üretiyoruz”

62 Narenciyenin başkenti Mersin’de festival coşkusu

64 Yeni hedef yabancı yatırımcı

Yayıncı
Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş

Trump Towers Kule 2 Kat 21-23
34387 Şişli-İSTANBUL
Tel 0 212 410 32 28 **Faks** 0 212 410 32 27
capital@doganburda.com **www.doganburda.com**

İcra Kurulu Başkanı Cem M. Başar
Yayın Direktörü (Sorumlu) M. Rauf Ateş
Yayın Yönetmeni Sedef Seçkin Büyük
Yazışleri Müdürü Ebru Fırat
Haber Müdürü Şeyma Öncel Bayıksel,
Yazışleri Müdür Yard. Nilüfer Gözütok Ünal
Görsel Yönetmen A. Bertuğ Patır
Editörler Aslı Sözbilir, Elçin Cirik, Yasemin Erdoğan, Özlem Aydın Ayvacı
Haber Merkezi Ayçe Aksakal, Hande Yavuz, Nil Dumansızoğlu
Sayfa Yapımcısı Ozan Gürel
Grafik Yaman Tetik
Fotoğraflar Gökhan Çelebi, Hüseyin Öngen
Marka Müdürü Gökçe Aykaç
Ankara Temsilcisi Erdal İpekeşen
Tel: 0 312 207 00 71

Yönetim
Tüzel Kişi Temsilcisi Mehmet Rauf Ateş
Satış ve Dağıtım Direktörü Egemen Erkorol
Finans Direktörü Didem Kurucu
Üretim Planlama Direktörü Yakup Kurtulmuş

capital@capital.com.tr
www.doganburda.com

Reklam
Grup Başkanı Nisa Aslı Erten Çokça
Satış Koordinatörü Nursel Yavuz,
Zeynep Rendeci, Haluk Demir,
Satış Müdürü Burcu Acavut,
Beril Güroğlu Sözkesen, Şerife Dökmetaş,
Bölgeler Satış Müdürü Dilek Ünlü
Proje Müdürü Selçuk Ergenç
Teknik Müdür Ayfer Kaygun Buka
Tel: 0 212 336 53 60 **Faks:** 0 212 336 53 90

Baskı Uniprint Basım Sanayi ve Ticaret A.Ş
Ömerli Köyü Mevkii 34555 Hadımköy-İSTANBUL
Tel: 0 212 798 28 40 **www.**apa.com.tr
Dağıtım Demirören Dağıtım Satış Pazarlama
Tel: 0 212 449 63 63

Yayın Türü Yerel, süreli, aylık

© Capital Dergisi **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş** tarafından T.C. yasalarına uygun olarak yayımlanmaktadır. Capital Dergisi'nin isim ve yayın hakkı **Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş**'ye aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. İzinsiz, kaynak gösterilerek dahi alıntı yapılamaz.

DB Okur Hizmetleri hattı Tel: 0212 478 03 00
okurhizmetleri@doganburda.com.tr
DB Abone Hizmetleri hattı
Tel: 0212 478 03 00 Faks: 0212 410 35 12-13
abone@doganburda.com
Her gün saat 09.00-22.00 arasında hizmet verilmektedir.

Capital Mersin eki için NARPR katkıda bulunmuştur.
Ajans yönetimine teşekkür ediyoruz.

NARPR Medya İletişim Danışmanlık

Adres: Kurtuluş Mah. Şinasi Efendi Cad.
Akpak Apt. A Blok 1/3 Seyhan ADANA
www.narprmedya.com **narpr@narprmedya.com**

Recep ŞENYURT
senyurt@narprmedya.com

Güneyin incisi, Mersin...

Mersin; ticaret, tarım, sanayi, lojistik başta olmak üzere değişik sektörlerdeki üretiminden aldığı güçle geleceğe güvenle bakan bir kent.

Her geçen gün üretimini artıran kentte; kamu ve yerel yönetimlerin öncülüğünde Mersin Ticaret ve Sanayi Odası ve Mersin Ticaret Borsası başta olmak üzere oda, borsa ve sivil toplum kurumları arasında yakalanan birlikteliğin güçlendirilmesine özel bir önem verilmekte.

Kentin en önemli gündem maddesi ise üretimi artırmanın yanında; verimlilik ve daha fazla ihracat. Bu olumlu tablo rakamlara da yansımış vaziyette. Mersin cari açığı olmayan ender kentlerimizden biri. Kendisine 2 milyar dolarlık ihracat eşiğini aşmayı koyan kentin önümüzdeki 5 yıl içindeki ihracat hedefi ise 5 milyar doları yakalamak.

Mersin'de; Akdeniz Sahil Yolu, OSB Otoban bağlantı yolu, konteyner limanı, Çukurova Havalimanı ve Tarsus Kazanlı Turizm Bölgesi gibi büyük yatırımlar bulunmakta. Bu yatırımlardan bir kısmı devam etmekte bir kısmı ise henüz başlama aşamasında. Tüm bu yatırımların hayata geçmesi ile Mersin'in yıldızı daha da parlayacak. Mevcut turizm imkan ve kabiliyetlerinin yanında Tarsus Kazanlı Turizm Bölgesi'nin hayata geçmesi ile ülkemizin en önemli turizm bölgelerinden biri haline gelecek

Geçmiş yıllarda serbest bölgesi ve limanı ile anılan Mersin'de; sanayi alanında ülkemizin büyük gruplarının yatırımlarının yanı sıra temelleri 1994 yılında atılan Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi de günümüzde adından sıkça söz ettirmeye başladı. Mersin Tarsus OSB'nin günden güne gelişerek bugün 600 milyon dolarlık ihracatın yapıldığı bir bölge haline gelmesi bundan sonraki süreçte bölgenin, kentin kaderinde çok daha fazla söz sahibi olacağını göstermekte.

Kent önderleri, ülkemizin her şeyden önce bir tarım ülkesi olduğunu unutmadan diğer alanlardaki üretimleri geliştirirken, sadece sanayide endüstri 4.0 tek başına yeterli olmayacak; tarımda da acilen 4.0 için çalışmaların başlaması gerekir diyorlar. "Ülke olarak kalkınmak için hep sanayileşmeye baktık ve tarımı gözden kaçırdık. Rekabetin olmadığı yerde rehavet olur. Katma değeri yüksek ürünlerin ve dış ticaret açığı veren ayçiçeği, soya gibi ürünlerin üretimine yapılan destek ve teşviklerin arttırılmasını, tarım politikalarımızın dışa bağımlılıktan uzak olarak geliştirilmesini istiyoruz" diyorlar. Her yıl pamuk ithalatı için ülkemizin yaklaşık 2.5 milyar dolar yurt dışına ödeme yaptığı gerçeği göz önüne alınır ise tarım alanında yerli ve milli politikaların hızla hayata geçirilmesinin ne kadar önemli ve acil olduğu bir kez daha anlaşılacaktır.

Mersin, ülkemizin bitkisel üretim değeri açısından ilk 3 ilinden biri. Ülkemizde üretilen muz, limon, yeni dünya, yafa portakal, king mandalina gibi ürünlerin yarısından fazlası Mersin'de üretiliyor. Çilek, soya, keçi boynuzu, sivri biber, iç mekan süs bitkileri gibi ürünlerin de yüzde 20'sinden fazlasının üretimi bu ilde gerçekleştirilmekte.

Mersin, ülkemizin Narenciye başta olmak üzere hububat bakliyat ve yağlı tohumlar açısından merkezi konumunda. Mersin'in toplam ihracatının yüzde 20'lik bölümünü sadece narenciye ürünlerinden elde edilen gelir oluşturuyor. Bu konudaki en büyük açmaz ise, narenciyede iç tüketim ve ihracat toplamının, üretim altında kalması. Bu gerçekten yola çıkan Mersin Ticaret Borsası narenciye tüketimini ve ihracatını artırmak için ulusal ve uluslararası alanda yaptığı işbirlikleri ile Uluslararası Mersin Narenciye Festivali düzenlemekte. Bu yıl 6'ncısı düzenlenen festivale 30'u aşkın ülkeden yaklaşık 700 gösteri sanatçısı katıldı. Açılan stantlar, yapılan ikramlar ile adeta bir açık hava fuarını andıran festivalde defileler, yarışmalar ve bir birinden farklı etkinler de gerçekleştirildi.

Ülkemizde birçok ilden daha büyük olan Tarsus'a değinmeden olmaz. Tarsus Sanayi ve Ticareti Odası ve Tarsus Ticaret Borsası başta olmak üzere kentin kurumları Tarsus'un eski parlak günlerini tekrar yakalaması için yoğun bir çaba göstermekte. Kentin; sanayi, turizm ve tarım alanında hak ettiği seviyeye bir an önce gelmesini hedeflemekteler.

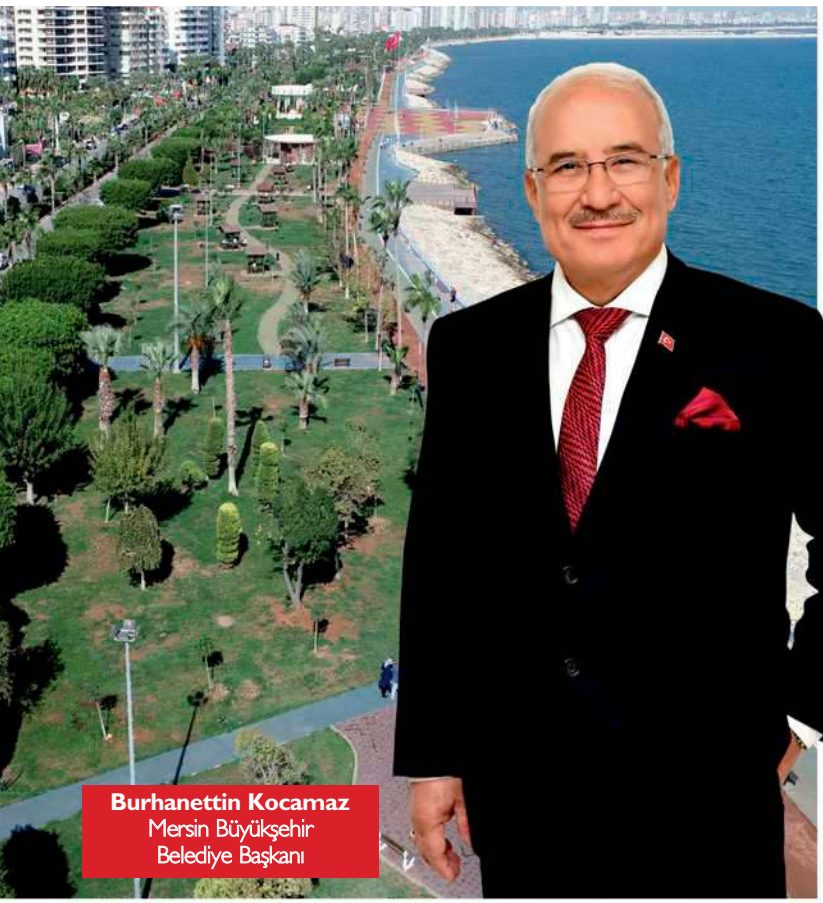
Mersin, içinden geçtiğimiz sıkıntılı günlere, artan kurlara ve bazı bankaların iş dünyasına yönelik izlediği kredi politikalarına rağmen umutsuzluğa kapılmadan ülkenin geleceğine güvenen insanları ile üretmeye; ürettiğini ihraç ederek değer yaratmaya devam ediyor.

Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Burhanettin Kocamaz:

“Mersin'i cazibe merkezi haline getirdik”

Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Burhanettin Kocamaz’ın denizi, limanı tarihi, turistik, kültürel ve tarımsal değerleri ile Çukurova’nın gözde kenti Mersin’i “cazibe merkezi” haline getirme konusundaki çabaları sürüyor. Hayata geçirdiği projelerle kentin sahip olduğu değerlere yenilerini ekleyerek, potansiyelini yükselten Kocamaz, alt yapı, yol, su, imar planları gibi rutin belediyecilik hizmetlerinin yanında sosyal, kültürel ve sportif alanlardaki faaliyetleriyle dikkat çekiyor.

Görev yaptığı 4,5 yılda Mersin’i ‘modern ve gelişen bir kent yapma’ yolunda birçok projeyi hayata geçiren Kocamaz, ilin en önemli gündemlerinden biri olan “ulaşım” sorununun çözümü için önemli bir adım attı. Bu çerçevede kentin 2030 yılına kadar olan ulaşım ihtiyaçları geniş çaplı bir araştırmayla belirlenerek Mersin Ulaşım Ana Planı’nı oluşturuldu. Ulaşım Ana Planı’nın kısa vadeli eylem planında yaya öncelikli projeler desteklenecek. Merkez ve ilçelerde 90 kavşak düzenleme projesi, sinyalizasyon planları ile otopark, yaya yürüyüş yolları ve bisiklet yollarına öncelik verilecek.



Burhanettin Kocamaz
Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı

Son yıllarda ‘marka kent’ vizyonuyla yönetilmeye başlanan Mersin’in kendine kattığı değerler ve yeniliklerle ülke genelinde ve dünyada birçok ilke imza atmayı başardığını belirten Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı Başkan Burhanettin Kocamaz, “Her türlü yatırımımızı gelenekselliği, modernizmle harmanlayarak ‘insan odaklı’ bir bakış açısıyla yapıyoruz” diyor. Kocamaz, kent trafiğinden, altyapı çalışmalarına; engelli bireylerden sokak hayvanlarına kadar gerçekleştirdiği projeleri dergimiz Capital’e anlatarak sorularımızı yanıtladı:

Kent trafiğinde büyük bir öneme sahip Mersin Ulaşım Ana Planı’nı bize anlatır mısınız?

Ulaşım Ana Planı’nın düğüm noktasını transfer merkezleri oluşturacak. Kentin giriş ve çıkışlarında oluşturulacak bu aktarma istasyonları ve çevresi aynı zamanda cazibe merkezi haline gelecek. İş merkezleri, sinema ve alışveriş merkezleri ile kent, yeni yaşam alanlarına kavuwşacak. Proje, Almanya’da Dresden, Avusturya’da Viyana, Hollanda’da Arnhem aktarma istasyonları örnek alınarak hazırlanacak. Ulaşım Ana Planı stratejileri arasında yer alan Karma Raylı Sistem Projesi ise Bakanlık tarafından uygun görülerek onaylandı. Ancak ekonomik tedbirler dolayısıyla ihalesi şu an yapılmadı. Tüm süreçleri tamamlayıp hayata geçirdiğimizde, ilk etapta TCDD-Gar ile Mezitli-Soli arası yapımı planlanan toplam 16.3 km. uzunluğundaki raylı sistem hattı üzerinde 12 adet istasyon alanı, 1 adet depolama alanı yer alacak. Planın hedef yılı olan 2030’da bu hatta günde 273 bin, yılda ise 93 milyon yolcunun taşınması öngörülüyor.

Trafik sorununun çözümü için başka hangi projeleri gerçekleştirdiniz?

Göreve geldiğimizde ilk olarak kent merkezinin en büyük problemlerden biri olan trafik sorununu çözmek amacıyla Tulumba, Demokrasi ve Egemenlik Bat-Çık projelerini

tamamladık. Kentte kazandırdığımız katlı kavşaklarla Mersin'de modern ve güvenli ulaşım ağını oluşturmaya başladık. 4'üncü katlı kavşak olan Toroslar Milli Egemenlik Katlı Kavşak projesinin temelini de yakın zamanda attık. Kent trafiği katlı kavşak projeleriyle rahatlayacak. Mersin Ulaşım Ana Planı doğrultusunda hayata geçecek olan Milli Egemenlik Katlı Kavşak projesi Mersin'in trafik yoğunluğu olan önemli bir lokasyonunda inşa ediliyor. Saatte 5 bin 376 aracın geçeceği kavşakta, doğu-batı istikametinde battı-çıktı transit geçit, kuzey-güney istikametinde ise sinyalize geçiş yapılacak. Ulaşım Master Planı'na göre yapılan bu projenin dalış ve çıkış uzunluğu ise 450 metre, toplam proje uzunluğu ise 800 metre olarak belirlendi. Trafiği büyük oranda rahatlatacak olan hemzemin sinyalize kavşak 2019 yılının Şubat ayında vatandaşların kullanımına açılacak. Kent trafiği için önemli geçiş sağlayan alanlardan biri olan Rıfat Uslu Caddesi'nin yenilenmiş halinin açılışını gerçekleştirdik. Yenişehir ilçesini Toroslar'a bağlayan bu ana güzergâhta 17 milyon TL kamulaştırma bedeli ödeyerek, yıkım işlemlerini yaptık. Çalışmalar boyunca 2 bin 852 ton sıcak asfalt ve 2 bin 500 metrekare kaldırım ve bordür döşeme gerçekleştirdik. Yol-asfalt çalışmalarında da başarılı bir performans sergiledik. Kırsal ya da merkez ayrımı yapmadan yollara toplam 2 milyon 309 bin tondan fazla asfalt döktük.

Altyapı yatırımlarınızdan bahsedebilir misin?

Yatırım projelerimizle Mersin'in denizini korurken, eskiyen ve kaçaklara neden olan içme suyu şebekelerini ve yağmur suyu hatlarını yeniliyoruz. Atıksu Arıtma Tesisleri'ni hizmete açarak alt yapısı güçlü bir şehir inşa ediyoruz. Hizmete açtığımız Anamur, Bozyazı, Erdemli Kargıpınarı, Mut, Silifke Atakent Atıksu Arıtma Tesisleri ile atıksular deşarj ediliyor. Böylece olumsuz çevresel şartların ortaya çıkmasına karşı önlem alınıyor. Ayrıca; 'Mersin İli Yağmursuyu Master Planı' kapsamında yürütülecek kısa, orta ve uzun vadeli çalışmalarla, şiddetli yağışların olumsuz etkileri en aza indirilecek. MESKİ ile birlikte toplam 2 milyon 306 bin metre içme suyu, 627 bin metre kanalizasyon ve 74 bin 602 metre yağmursuyu hattı çalışması yaptık.

Kentin mimari anlamda geleceğini belirleyecek olan ilave ve revizyon nazım imar planı hangi aşamada?

1/5000 ölçekli ilave ve revizyon nazım imar planı yoğun çalışmaların ardından Büyükşehir Belediye meclisince kabul edildi. Merkez 4 ilçenin bölgesel nüfus yoğunluk, ana ulaşım kararlarını, çeşitli yerleşme alanlarının gelişme ve yön büyüklükleri ve nüfusa hizmet edecek kentsel donatı kararlarını kapsayan 1/5000 ölçekli ilave ve revizyon nazım imar planı Mersin'i değiştirecek ve dönüştürecek. Plan, idari sınırlar kapsamında ilin alt ölçekli planlarını koordine edecek. Arazi kullanım kararlarını stratejik yaklaşım içerisinde kurgulayacak. Mersin'nin küresel, ülkesel ve bölgesel düzeyde potansiyellerini geliştirerek, geleceğe taşıyacak; doğal ve kültürel değerlerini, sürdürülebilir araçlar ve yöntemlerle koruyup geliştirecek.

Kentin imarı konusundaki çalışmalarınızın yanında hayatın diğer alanlarıyla ilgili hangi projeleri yürütüyorsunuz?

Temel belediyecilik hizmetlerimizin yanında engelli bireylerden, sokak hayvanlarına kadar yaşamın her alanında hizmetlerimiz söz konusu. Örneğin; Mersin'i "engelsiz bir kent yapacağız" dedik ve bugün geldiğimiz noktada bu konuda çok büyük mesafeler kat ettik. Hizmete açtığımız Engelsiz Mesleki Eğitim Merkezi ile sosyal belediyecilik alanında örnek bir projeyi devreye aldık. İçerisinde meslek atölyelerinden spor atölyelerine kadar birçok etkinlik alanının bulunduğu merkez kısa zamanda engelli bireylerin ve ailelerinin gözdesi haline geldi. Engelsiz Mesleki Eğitim Merkezi'nden Mersin'de ikamet eden ve mesleki eğitime ihtiyaç duyan zihinsel, bedensel, işitme, görme ve ortopedik engelli bireyler faydalanabiliyor. Birlikte doğayı paylaştığımız hayvan haklarının iyileştirilmesi ve korunmasına yönelik de önemli projeler yürütüyoruz. Sahipsiz hayvanların ihtiyaçlarını karşılayacak, uygun beslenme, barınma, bakım ve yaşam koşulları sunacak olan Kaşlı Geçici Hayvan Bakımevi inşaatı tamamlandı. Gözne'de bulunan Geçici Hayvan Bakım Evi ve Rehabilitasyon Merkezi'nin yanında yer alan Kaşlı Geçici Hayvan Bakım evi hayvanlar için modern bir yaşam alanı sunuyor. 247 bin metrekare arazi üzerine, 2 bin hayvan kapasiteli olacak şekilde inşa edilen Geçici Hayvan Bakımevi'nde sahipsiz hayvanlar için muayene, tedavi, kısırlaştırma ve sahiplendirme hizmeti verilecek.

Mersin lojistikle fark yaratıyor

Mersin, 2018'de yabancı yatırımcıda yüzde 36'lık bir büyüme yakaladı. Kentin yatırım çekmesinde Uluslararası Mersin Limanı ve diğer lojistik avantajların büyük katkısı var. İş dünyası büyümenin devam etmesi için Mersin'in yeni sanayi alanları kazanması ve yeni organize sanayi bölgelerindeki çalışmaların devam etmesi gerektiğini savunuyor. Kentin mevcut lojistik hacmi yeterli olmadığı için 4 milyon Euro yatırımla yeni bir lojistik teknoloji merkezi kurulması planlanıyor. Bunun yanı sıra tüm lojistik potansiyelinin değerlendirilerek AR-GE çalışmalarının hayata geçirilmesi hedefleniyor.

Mersin Türkiye ekonomisine katkısıyla dikkat çeken kentlerden biri. Kentin gelirinin yüzde 40'ı sanayi, yüzde 30'u tarım ve yüzde 10'u ticaretten elde ediliyor. Mersin'de 35 bin işyeri var. İmalat sanayisinde bin 350 işyerinde üretim sürüyor. Gıda sanayi işletmeleri öne çıksa da metal, plastik, tekstil, makine, kimya ve mobilya da önemli yatırımlar var.

Son dönemde Mersin ekonomisi hem tarımda hem de sanayide ihracata yönelmiş durumda. Mersin lojistik avantajlarıyla ihracatta fırsatlar sunuyor. Mersin'de Türkiye'nin ikinci büyük serbest bölgesi bulunuyor. ABD ve Ortadoğu arasında transit bir liman olan Mersin Limanı da ticaretin büyümesini sağlayan önemli etkenlerden biri. Yılda yaklaşık 4 bin 500 gemi limana uğruyor. Limanda yılda 23 milyon ton yük elleçleniyor. Elleçlenen yükün 8,7 milyon tonu ihracat, 13,7 milyon tonu ithalat yükü, 2,9

milyon tonu transit, 1,1 milyonu ise dahili yük.

Mersin'de öne çıkan organize sanayi bölgelerinden biri Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi. Yaklaşık 160 firmanın faaliyet gösterdiği OSB'de 16 binin üzerinde kişi istihdam ediliyor. Diğeri ise Silifke Organize Sanayi Bölgesi. 43'ün üzerinde şirketin faaliyet gösterdiği OSB'de 900'e yakın kişi istidam ediliyor.

LOJİSTİK ÖNEMLİ BİR AVANTAJ

Mersin'den yapılan ihracat 2017 yılında 1,5 milyar dolara, ithalat ise 1,3 milyar dolara ulaştı. Mersin'de geçen yıl özellikle imalat sanayinde bir artış oldu. Sanayi ürünleri ihracatı yüzde 4'lük artışla 801 milyon dolara ulaştı. Başlıca ihracat pazarı olan Yakın ve Ortadoğu ülkelerinde artan jeopolitik risklerin etkisiyle daralma yaşanırken Amerika, Avrupa ülkeleri ve Afrika'ya yönelik ihracat arttı.

Mersin, 2018'de yabancı yatırımcıda yüzde 36'lık bir artış yakaladı. Kentin yatırım çekmesinde Uluslararası Mersin Limanı ve diğer lojistik avantajların büyük katkısı var. İş dünyası büyümenin devam etmesi için Mersin'in yeni sanayi alanları kazanması ve yeni organize sanayi bölgelerindeki çalışmaların devam etmesi gerektiğini savunuyor.

Döviz kurlarındaki hareketlilik ihracat adına olumlu bir gelişme gibi gözükmesine rağmen bölgenin ihracat pazarlarında yaşanan siyasi ve ekonomik sıkıntılar istenen rakamlara ulaşılmasının önüne geçiyor. Diğer taraftan 20'ye yakın ürünün üzerindeki navlun desteklerinin kaldırılması da sektördeki sıkıntılardan biri olarak görünüyor. 24 Eylül 2018 tarihinden sonra ihracatı gerçekleştirilen ürünlerden bir bölümü gümrük tarife navlun desteği kapsamından çıkarıldı. Bu uygulama nedeniyle taşımaların azalması bekleniyor.

TEKNOLOJİ MERKEZİ KURULACAK

Sektör temsilcileri rekabetçi yapılarını güçlendirecek fiyat kolaylıkları ve maliyetleri azaltacak yatırımlar talep ediyor. Sektörün gündemindeki diğer önemli bir konu da nakliyeciler sitesi. Mersin'de lojistik sektörünün oyuncuları, nakliyeciler sitesinin yenilenmesini istiyor. Mevcut sitenin yeterli olmadığını düşünen sektör temsilcileri en az 500 dönümlük yeni bir arazi üzerine modern bir nakliyeciler sitesi kurulmasını istiyor. Mevcut sitede halihazırda 150 firma faaliyet gösteriyor. Yeni bir siteyle bu rakamın 500'e kadar çıkması bekleniyor.

Diğer taraftan yeni yatırımlar için de adımlar atılıyor. Lojistikte 4 milyon Euro yatırımla Mersin'e lojistik teknoloji merkezi kurulması planlanıyor. Simülasyon cihazlarıyla sektöre ara eleman yetiştirilmesini kolaylaştıracak projenin çalışmalarına başlanmış durumda. Ayrıca tüm lojistik potansiyelinin değerlendirilerek AR-GE çalışmalarının hayata geçirilmesi hedefleniyor. Zira son dönemde Mersin'de teknolojiye yönelik yatırımların arttığını söylemek mümkün. Mersin Teknoloji Geliştirme Bölgesi'nin de bu sürece katkısı büyük. 80 civarında şirketin bulunduğu teknoloji bölgesinin de katkısıyla AR-GE yatırımları artıyor. Türkiye'de AR-GE harcamaları 6,5 milyar TL seviyesindeyken Mersin'de bu rakam 23,6 milyon TL.

"TARIM ÖNEMLİ BİR SEKTÖR"

Mersin Türkiye'nin tarımda en önemli üretim merkezlerinden biri. Mersin ekonomisine bitkisel üretimin 6.5 milyar TL, hayvansal üretimin ise 2.0 milyar TL katkısı var. Toplam yaş meyve üretiminin yüzde 13,4'ü, muz üretiminin yüzde 72'si, çilek üretiminin yüzde 40'ı, limon üretiminin yüzde 70'i Mersin ilinde gerçekleştiriliyor. Türkiye'deki seraların beşte biri Mersin yöresinde bulunuyor. Mersin ilinde yılda 250 bin ton muz, 600 bin ton limon, 200 bin ton mandalina, 300 bin ton portakal, 200 bin ton çilek, 300 bin ton biber, 250 bin ton hıyar, 300 bin ton üzüm, 1 milyon ton domates ve 15 milyon sap kesme gül üretimi var.

MERSİN AKİB'E BAĞLI

Mersin, Akdeniz İhracatçı Birlikleri'nin (AKİB) sorumluluk alanında yer alıyor. AKİB'in sorumluluk sahasında bulunan iller açısından değerlendirildiğinde, 2018 Ekim ayında en fazla ihracat yapan iller sıralamasında Mersin 13'üncü sırada yer alıyor. AKİB ihracatının ekim ayında da yüzde 28'lik bir artışla Türkiye ihracatının artış oranının üzerinde bir artış yakaladığına dikkat çeken Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) Koordinatör Başkanı Uğur Ateş, "Bu rakamlar; AKİB ihracatçılarının özverili çalışmalarının bir göstergesidir. Ülke ekonomimizi düzlüğe çıkarmak için, her sektörde olduğu gibi bizim sektörümüzde ve AKİB'de de ihracatçılarımız görevlerini yapıyorlar ve yapmaya da devam edecekler" diye konuşuyor. Ekim ayında ihracatta öne çıkan beş ülke Mısır, Irak, İspanya, Suudi Arabistan ve Malta oldu. Özellikle Malta'ya yüzde 490, İspanya'ya yüzde 349, Suudi Arabistan'a yüzde 153 ve Yunanistan'a yüzde 103'lük ihracat artışı dikkat çekti.

“İhracatımızı artırmak için bütün fırsatları değerlendiriyoruz”

Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği (ASHİB), yurt içinde ve yurt dışında sektörün gelişmesi için yoğun çaba gösteriyor. Su ürünleri ve hayvansal mamullere talebin artırılması, markalaşma ve mevcut pazarlarda ihracata destek verilmesine yönelik faaliyetlere ağırlık veren ASHİB, son olarak Lübnan’ın başkenti Beyrut’ta Kasım 2018’de gerçekleştirilen Cooking Festival’de Türkiye'yi temsil etti. ASHİB’e üye 13 firmanın ortak stant açtığı organizasyonda Çukurova’nın yöresel lezzetleri tanıtıldı.

Geçen yıl Suudi Arabistan, Nijerya ve Almanya'da dünyanın sayılı gıda fuarlarına katılarak göz dolduran Akdeniz Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller İhracatçıları Birliği (ASHİB), 2017 yılında yaklaşık 324 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirirken, 2,26 milyar dolar olan Türkiye su ürünleri ve hayvansal mamulleri ihracatına yüzde 14,3 pay ile katkı sağladı. Birliğin Temmuz 2018’de Japonya’da hayata geçirdiği tadım organizasyonuna 20 bin kişi katıldı. ASHİB, 2017 yılı Kasım ayında İsrail’in en büyük gıda fuarı olan Israfood fuarı ile eş zamanlı olarak Kudüs ve Tel Aviv’de gerçekleştirdiği Türk Gıda Tadım etkinlikleri ile dikkatleri çekti.

483 ÜYEYE HİZMET

Adana Hatay, Mersin, Kayseri, Konya, Nevşehir, Niğde, ve Karaman illerinde sektörlerinde faaliyet gösteren 483 aktif ihracatçı üyeye hizmet sunduklarını belirten ASHİB Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ali Can Yamanyılmaz, ülkenin ekonomisine katkı sağlayacak projeleri gerçekleştirmek için de girişimlerde bulunduklarını dile getiriyor. Yamanyılmaz, Adana’da tüm gıda sektörlerine hizmet verecek modern bir organize sanayi bölgesi kurulması için çalıştıklarını söylüyor.

Balıkçılık açısından büyük bir potansiyele sahip Adana’nın Karataş İlçesi’nde Su Ürünleri Organize Sanayi Bölgesi’nin kurulması için de girişimlerde bulunduklarına dikkat çeken Yamanyılmaz, “Bu proje ile balıkçılık sektörü ihracatında Ege ve Marmara’nın gerisinde kalan Akdeniz Bölgesi’nin tarla balıkçılığı ve yetiştiriciliğinde ivme kazanmasını hedefliyoruz. Ayrıca Adana’da Türkiye merkezli Ortadoğu ve Avrasya bölgesine hitap edecek Hayvancılık Serbest Bölge Projesi çalışmamız da sürüyor” diyor.

Sektördeki ihracat rakamları konusunda bilgiler veren Ali Can Yamanyılmaz, 2018'in Ocak- Ekim döneminde aralarında Irak, Suriye, Lübnan, Almanya, Libya, İran, Pakistan, İtalya, Suudi Arabistan, Katar gibi ülkelerin yer aldığı 85 ülkeye 289 milyon 575 bin dolar ihracat gerçekleştirdiklerini belirtiyor. Türkiye’nin 2017 yılı Ocak-Aralık döneminde su ürünleri ve hayvansal mamulleri ihracatının 2016’ya göre yüzde 20 oranında artarak 2,26 milyon dolara ulaştığını kaydeden Yamanyılmaz, ülke genelinde sektörün 2017 yılı ürün ihracatının değer bazında; kanatlı etinin yüzde 23’lük pay ve 526 milyon dolar ile ilk sırada yer alırken, balıkların 434 milyon dolarla 2’nci, yumurtanın ise 376 milyon dolarla 3’üncü sırada bulunduğunu vurguluyor.

Ali Can Yamanyılmaz

2023 HEDEFİ 5 MİLYAR DOLAR

Sektörün 2017 yılında ülkedeki toplam ihracatındaki payının yüzde 1 olduğunu belirten Yamanyılmaz, şöyle devam ediyor: “ASHİB’in sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde 2017’de yaklaşık 324 milyon dolar su ürünleri ve hayvansal mamulleri ihracatı gerçekleşti. Bir önceki yıla oranla sektör ihracatında yüzde 14,3 pay artışı yaşandı. Birlik olarak ihracat kapasitemizi artırmak için çalışmalarımız sürüyor. Özellikle gıda sektöründe dünyanın önde gelen fuarlarına katılarak hedef pazarlara ulaşmaya gayret gösteriyoruz. Su ürünleri ve hayvansal mamuller sektörünün 2023 yılı için ortaya koyduğu 5 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmak için elimizden gelen çabayı sarf ediyoruz.”

Türkiye'nin Su Ürünleri ve Hayvansal Mamuller sektörünün 2017’de değer bazında ihracatında Irak’ın 731 milyon dolar ile 1’inci olduğunu ve bu ülkeyi Hollanda ve İtalya'nın takip ettiğini hatırlatan Yamanyılmaz, iller bazında ise 354 milyon dolar ile ilk sırayı İstanbul'un aldığını belirtiyor. Yamanyılmaz, ASHİB’in 2017 yılı iller bazında sektörel ihracatında ilk sırayı 116 milyon dolar ile Adana'nın aldığını bu ili de Mersin ve Hatay'ın izlediğine ifade ediyor.

ASHİB’in geçtiğimiz yıl değer bazında ihracatında Irak’ın 168 milyon dolar ile ilk sırada bulunduğunu; bu ülkeyi Suriye ve Lübnan’nın takip ettiğini aktaran Yamanyılmaz, “Birliğimizin 2017 yılı ürün ihracatı değer bazında kümes hayvanları etleri yüzde 29’luk pay ve 94 milyon dolarla ile ilk sırada yer alırken, 69 milyon dolar ile yumurta 2’nci sırada, 37 milyon dolarla balıklar 3’üncü sırada bulunuyor” diye konuşuyor.

TÜRK AKREDİTASYON KURUMU

AKREDİTASYON SERTİFİKASI

Deney Laboratuvarı olarak faaliyet gösteren,

BERDAN CIVATA
Somun Makina Yedek Parça Sanayi Ve Laboratuvar Hizmetleri Ticaret Sanayi A. Ş.
Deney Laboratuvarı
Tarsus-Mersin Organize Sanayi Bölgesi 5. Cad. No:6 Hutürkent / Tarsus
33540 MERSİN / TÜRKİYE

TÜRKAK tarafından yapılan denetim sonucunda TS EN ISO/IEC 17025:2012 Standardına göre Ek'te yer alan kapsamlarda akredite edilmiştir.

Akreditasyon No : AB-0607-T
Akreditasyon Tarihi : 1 Ağustos 2013
Revizyon Tarihi / No : 17 Kasım 2014 / 02

Bu Sertifika yukarıda açık adı ve adresi verilen Kuruluşun TS EN ISO/IEC 17025:2012 Standardına, ilgili Yönetmelik ve Tebliğlere uygunluğunu kürümesi halinde, 31 Temmuz 2017 tarihine kadar geçerlidir.

Dr. H. Ibrahim ÇETİN
Genel Sekreter Vekili

Avrupa'nın Civata Sektöründe En Güçlü Test Laboratuvarı!

TARSUS - MERSİN OSB'dedir.

Metal Laboratuvarlarının Vazgeçilmezlerinden ÇEKME TESTİ CİHAZLARI

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜKLERİNDEN BİRİSİ

Kapasite : 200 ton
Ağırlık : 2500 kg

CIVATA SEKTÖRÜNDEKİ NORMAL TEST CİHAZLARI

Kapasite : 60 ton
Ağırlık : 1250 kg

BERDAN CIVATA PATENTLİ CİHAZ
AVRUPA'NIN EN GÜÇLÜ ÇEKME TESTİ CİHAZI

Kapasite : 500 ton
Ağırlık : 750 kg

TEST CİHAZLARIMIZ

1. Universal Çekme Test Cihazı (600 kN)
2. Universal Çekme Test Cihazı (5.000 kN)
3. Tork Test Cihazı (Max. 30.000 Nm.)
4. Sertlik Ölçme Cihazı (Dijital) (HRC-HRB)
5. Sertlik Ölçme Cihazı (Mekanik) (HRC-HRB)
6. Mobil Elektronik Sertlik Ölçme Cihazı (HRC)
7. Mikro Sertlik Ölçme Cihazı (HV)
8. Çentik Darbe Deneyi Test Cihazı (-150 °C)
9. Spektral Analiz Cihazı (20 Element)
10. Metal Mikroskobu
11. Profil Projeksiyon cihazı
12. Tuz Püskürtme Korozyon Testi Cihazı
13. Manyetik Partikül Test Cihazları (Portatif ve Universal)
14. Ultrasonik Çatlak Kontrol Cihazı
15. Kaplama Kalınlığı Ölçüm Cihazı
16. Yüzey Pürüzlülüğü Test Cihazı
17. Numune Hazırlama Cihazları

BERDAN
CIVATA & SOMUN

info@berdancivata.com
www.berdancivata.com

Türkiye'nin En Büyük Boyutlu Bağlantı Elemanları Üreticisi ve Akreditasyon Belgeli Laboratuvarı olan Tek Cıvata Fabrikası

Tarsus-Mersin Organize Sanayi Bölgesi 5. Cadde No: 6, 33540, Tarsus/Mersin T: +90 324 676 44 90 F: +90 324 676 44 93

“Mersin’in tek ses, tek yürek olmasını sağlıyoruz”

Mersin’in ekonomik, sosyal ve kültürel potansiyelini ortaya çıkararak kenti dünya genelinde tanınan, yatırım yapılan ve yaşanan bir marka kent haline getirebilmek için kurulan Mersin Ekonomi Platformu (MEP), geride bıraktığı 7 yılda başarılı hizmetlere imza attı.

Akdeniz İhracatçı Birlikleri, Mersin Sanayici ve İş İnsanları Derneği, Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi, Mersin Esnaf ve Sanatkarlar Odalar Birliği, Girişimci İş Kadınları Derneği, Mersin Turizm İşletmecileri Derneği, Mersin Yetkili Otomotiv Satıcıları Derneği gibi çok sayıda STK’yı tek çatı altında toplayan MEP, bugüne kadar hayata geçirdiği projelerle kentte birliktelik ruhunun gelişmesine büyük katkı sağlıyor.

“Birlikte olmak başlangıçtır; sürdürmek gelişmedir; birlikte çalışmak başarıdır” ilkesiyle hareket ettiklerini söyleyen MEP 11’inci Dönem Yönetim Kurulu Başkanı Özcan Demir, kentteki projelerin hızla tamamlanması ve yeni proje önerilerinin yerel yönetimlere ve merkezi hükümete yansıtılması konusunda etkili çalışmalar yürüttüklerini kaydediyor.

Mersin’in sosyal, kültürel ve ekonomi tarihinde iz bırakacak projeleri gerçekleştireceklerini dile getiren Demir, “Kentimizin daha fazla yatırım çekmesi hususunda etkin bir reklam ve PR çalışması yapıyoruz. Mersin’in bilinirliğini ve marka değerini artırmak için yeni projeler üretmek ve takip etmek temel hedeflerimiz arasında yer alıyor” diyor. MEP olarak, STK’lar ile resmi kurumlar arasındaki diyaloğu geliştirdiklerini; ilin geleceğini ilgilendiren konuların tartışılmasını ve değerlendirilmesini sağladıklarını vurgulayan Özcan Demir Capital’in sorularını yanıtladı:

Özcan Demir

MEP bugüne kadar hangi projeleri hayata geçirdi?

MEP, geride bıraktığı 7 yılda başarılı çalışmalar gerçekleştirdi. Mersin’in sorunlarında ‘tek ses olmak’ eylem ve söylem birliğini sağlamak amacı ile faaliyetlerimizi yürüttük. Bu kapsamda; Marka Kent Konferansı’nı yaptık, TEB-TİM Girişim Evi’nin ve Mersin Üniversitesi Teknoparkı’nın da kurulmasını sağladık. 1’inci ve 2’nci Marka Kent Çalıştayı ile Kalkınma Zirvesi’ni gerçekleştirdik. Bu çalıştaylar ile Mersin’in artı ve eksi yönleri sunumlar eşliğinde ortaya çıkarması bakımından önemliydi. Tabii ki, ‘Marka Kent’ olmak bununla bitmiyor. Kentin ulaşımından, güvenliğine; temizliğinden tarihine bir bütün olarak birbirini tamamlaması gerekiyor. Ayrıca Taşucu-Seka Limanı’nın özelleştirilmesi için girişimlerde bulunduk. Mersin’deki organizasyonların çakışmasının önüne geçmek için mersinajandam.com adlı web sitesini hayata geçirdik. ODTÜ Mersin Deniz Bilimleri Koordinasyonu’nda “Mersin Kıyı Yönetim ve Deniz Alanları Yönetim Planını” üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, ilgili devlet kurumları ve belediyelerle hazırlayıp Bakanlıklara sunduk. Bölge illerini kapsayan uluslararası “Akdeniz Ekonomi Forumu”nun en büyük paydaşı olduk. Kentimizin uluslararası tanıtımı için ilki düzenlenen Akdeniz Bisiklet Turu’na destek verdik.

MEP’e göre Mersin’in en önemli sorunları ve bunlara ilişkin çözüm önerileri nelerdir?

Mersin, üretimden çok tüketimin ön planda olduğu bir kent. Mersin’in güçlü olduğu tarım üretimini hammadde olarak değerlendirip, tarımsal sanayiye dönüştürmesi gerekiyor. Bu konuda yeni OSB’lerin kurulması ümit verici gelişmelerdir.

MEP’in kısa, orta ve uzun vadedeki planlarından söz edebilir misiniz?

Platformumuzun 11’inci döneminde sivil toplum kuruşları, üniversiteler, yerel yönetimler ve merkezi hükümet nezdindeki ‘güç birliğini’ daha da geliştirmek istiyoruz. Bölgemizdeki sanayi kuruluşlarının sorunlarını çalıştay ve yerel toplantılarla tespit edip çözüm önerilerimizi kamuoyu ile paylaşacağız. Bunların takipçisi olacağız. Türkiye’nin içinden geçtiği ekonomik sıkıntılardan dolayı yerli üreticiye destek olmak amacıyla Mersin’de üretim yapan firmalara sahip çıkacağız.

MEP’in gelecek hedeflerinden bahsedebilir misiniz?

Platformumuz Mersin’de ‘birliktelik’ anlamında büyük yol aldı. Kentin güçlü yönlerinin öne çıkarılması ve zayıf yönlerinin de süratle giderilmesi için çalışıyoruz. Kentin markalaşmasına katkı sağlayan girişimlerin planlanmasında rol alan platformumuz yeni iktisadi aktörlerle güçlenerek yoluna devam ediyor. Her zaman rasyonel ve kabul edilebilir girişimlerin destekçisi olacağız. Bu dönem platformumuza katılmak isteyen STK’ların sayısı oldukça fazla. Bu Mersin için belki de ilk defa tam bir birliktelik anlamına geliyor. Yeni bir dönem yeni bir umut demektir.

“Başarımızı hizmette gösterdiğimiz kalite standartlarına borçluyuz”

İhracat ve ithalat yapan firmalara hizmet sunan Den-Ka Gümrük Müşavirliği, 2018’in Eylül ayı itibariyle yaklaşık yüzde 10 büyüme gerçekleştirdi. Den-Ka Gümrük Müşvarliği Genel Müdürü İbrahim Ateş, faaliyetlerinde ‘fiyat ve hizmet kalitesini düşürerek daha fazla iş yapalım’ mantığıyla hareket etmediklerini belirtiyor. Ateş, “Daha çok iş almak yerine daha ‘sağlıklı ve kaliteli’ hizmet sunmaya önem veriyoruz.” diyor.

1999 yılında gümrükleme faaliyetleri gerçekleştirmek üzere kurulan Den-Ka Gümrük Müşavirliği, halen Mersin, Adana ve İskenderun Gümrük İdarelerinde hizmetlerine devam ediyor. Türkiye’de dış ticaret hacminin yükseldiği bu dönemde deneyimli, işine ve mesleğin etik kurallarına saygılı, güvenilir, özverili hizmete önem veren bir firma olarak yollarına devam ettiklerini dile getiren Den-Ka Gümrük Müşvarliği Genel Müdürü İbrahim Ateş Ateş, şirket olarak ekonomik krizden etkilenmediklerini vurguluyor. Ateş, “Bu başarıyı yıl içerisinde arttırdığımız müşteri sayımıza ve hizmette gözettiğimiz kalite standartlarına borçluyuz” diyor.

İbrahim Ateş

Den-Ka Gümrük Müşvarliği Genel Müdürü İbrahim Ateş dergimiz Capital’in sorularını şu şekilde yanıtladı:

Den-Ka Gümrük Müşavirliği’ni kısaca tanıtabilir misiniz?

Mersin merkezli firmamız 1999 yılında gümrükleme faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere kuruldu. 05.02.2000 tarihinde yürürlüğe giren 4458 sayılı Gümrük Kanunu’na uygun olarak Gümrük Müşavirliği şirketi oldu. Şu anda Mersin, Adana ve İskenderun Gümrük İdarelerinde, ithalat, ihracat, transit, antrepo, gümrük rejimleri, kambiyo ve dış ticarette danışmanlık ve ana kolları ile ilgili konularda faaliyetlerimize devam ediyoruz. Buna bağlı olarak hizmet sunduğumuz 300’e yakın firmaya, emtia yükleme ve boşaltmalarında antrepo, depo gibi işlemlerin organizasyonu yapıyoruz. Yurtiçi kara nakliye teminini konusunda Den-Ka Lojistik şirketimizden destek alıyoruz.

Ağırlıklı olarak hangi bölgede ve sektörlerde faaliyet gösteriyorsunuz?

Hizmetlerimizin geneli Çukurova ve Güney Akdeniz Bölgesi’nde yoğunlaşıyor. Limanlar şehri diye tanımlanan Akdeniz havzasının tümüne hizmet sunuyoruz. İstanbul’da da çalışmalarımız oluyor; ancak yalnızca müşterilerimize hizmet götürüyoruz. Bu müşterimizde yine bölge firmalarından oluşuyor. Şu anda Mersin merkez olmak üzere İskenderun, Gaziantep, Maraş’ta toplam dört şubemiz var. Daha çok tekstil sektörüne hizmet veriyoruz. İplikten, konfeksiyona ve halı sektörüne kadar tüm alanları kapsıyoruz. Demir ve demir dışı metaller, plastik, mobilya ve gıda sektörlerinden de birçok müşterilerimiz var. Genel olarak müşteri portföyümüzün yüzde 80’ini sanayi sektörü oluşturuyor.

2018 yılının 10 ayını nasıl geçirdiniz?

Bu yıl genel olarak 2017’ye göre yüzde 10’a yakın bir büyüme gerçekleştirdik. Faaliyetlerimizde ‘fiyat ve hizmet kalitesini düşürerek daha fazla iş yapalım’ mantığıyla hareket etmiyoruz. Sektörde ismi olan bir şirketiz. Daha çok iş almak yerine daha ‘sağlıklı ve kaliteli’ hizmet sunmaya önem veriyoruz. Meslek etiğini benimseyerek, müsteşarlığın vermiş olduğu fiyat politikasının altına düşmeden, devletin vergi kaybını önleyerek çalışmalarımızı yürütüyoruz. Fiyat politikalarımızı müsteşarlık belirliyor ve şirketlere belirli bir noktada esneklik tanıyor. Firmamız müsteşarlığın esnek bıraktığı fiyat aralığında hareket ediyor ve bunu müşterimizin lehine kullanmaya çalışıyoruz.

İçinde bulunduğumuz ekonomik sıkıntılar firmanızı etkiledi mi?

Ülkede yaşanan ekonomik kriz halinden şirket olarak etkilenmedik. Bu başarıyı yıl içerisinde arttırdığımız müşteri sayımıza ve hizmette gözettiğimiz kalite standartlarına borçluyuz. Kriz dönemi boyunca firmamızdan işçi çıkarımı olmadı. Bugüne kadar da hiçbir kriz döneminde işçi çıkartmadık. 70 kişilik deneyimli personel kadromuz ile çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Önümüzdeki yıla dair hedeflerinizden bahseder misiniz?

Her yıl olduğu gibi mevcut kapasiteyi ve başarıyı korumak, müşteri kaybetmemek ve mevcut kapasite üzerinden yüzde 10 büyüme sağlama hedefindeyiz.

Gümrük Müşavirleri sektöründe yaşadığınız sorunlar nelerdir?

Gümrük müşavirleri sektöründe birçok şirketin hizmet kalitesini düşürerek, fiyat politikalarıyla oynayarak, aşırı indirimler yaparak, meslek etiğini göz ardı ederek, kapasitesinde vasıfsız eleman çalıştırarak, hizmet veriyor olması yaşadığımız en büyük sorunlardan birisi. Bu sorun denetim mekanizmasının iyi işletilememesinden kaynaklanıyor. Bu noktada, gümrük müsteşarlığı tarafından şirketler için belirlenen fiyat politikalarının düzenlenmesi ve şirket uygulamalarının, fiyat politikalarının, faturalarının denetlenmesi gerekiyor.

“Verimliliğe, üretime ve net ihracata odaklanıyoruz”

Mersin Ticaret ve Sanayi Odası (MTSO), üyelerine yönelik rutin hizmetlerinin yanında şirket kuruluşlarından firmaların eğitimine; onların yurt dışı ilişkilerinden yaşadıkları sorunların çözümüne kadar çok sayıda hizmeti yerine getiriyor. Mersin’in ihracatta kısa zamanda 2 milyar doları aşacağını belirten MTSO Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Kızıltan, “5 yıllık süreçte potansiyelimiz 5 milyar dolar. MTSO olarak amacımız bu rakama ulaşacak motivasyonu ve altyapıyı kurmaktır” diyor.

Yurt içinde ve yurt dışında “Mersin’e ait markaların” tanıtımını üstlenen MTSO, OSB ve sanayi siteleri gibi kentin yatırım alanlarını genişletmek için önemli adımlar atıyor. Kentte başlattığı fuar organizasyonlarını profesyonel bir firmaya devrederek fuarları kurumsal hale getiren MTSO, aynı zamanda Tarım Gıda Teknopark’ı ve Mersin Teknopark gibi projelerin hayata geçmesinde öncülük ediyor.

Mersin’in birçok ilin aksine sadece bir ürünü veya özelliği ile bilinen bir kent olmadığını belirten MTSO Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Kızıltan, Mersin’in kaliteli insan kaynağı ve dünya vizyonuna sahip iş dünyası ile “yenilikçiliği” ülke gündemine kazandıran kent olduğunu ifade ediyor. “Mersin her biri tek başına bir değer olan omurga sektörlere sahiptir. İlimizin sanayisi güçlüdür; ama tarım alanında da liderdir. Öte yandan lojistik söz konusu olduğunda rakipsiz bir bölgedir. Turizm’de de bir Antalya değiliz; ama iç turizm ve yazlık turizminde Türkiye’de lider kentlerden biriyiz” diyerek kentin profilini çizen Kızıltan, “Mersin, Çukurova Havalimanı tamamlandığında turizmde yeni bir başlangıç yapacaktır” diyor.

Mersin ekonomisine ilişkin gelişmeler hakkında bilgi veren MTSO Yönetim Kurulu Başkanı Ayhan Kızıltan, kent ve çalışmaları hakkında dergimiz Capital’in sorularını yanıtladı:

Mersin’in Türkiye ekonomisindeki konumunu değerlendirebilir misiniz?

Öncelikle şunun altını çizmek isterim ki; Mersin ihracat-ithalat dengesinde cari açığı olmayan bir kenttir. İlimizin ihracatı ithalatından fazladır. Burası net ihracatçı olan, ülkesine katma değer sağlayan bir şehirdir. Bir kent 10 liralık ihracat gerçekleştirip 15 liralık ithalat yapıyorsa bu sorgulamalı. Birçok il Mersin’den daha çok ihracat yapıyor gibi görünse de bu illerin ithalatı ihracatlarından fazladır. O zaman bunun ülkenin cari açığına katkısı nedir diye sormak gerekmez mi? Mersin, 2019 yılında umuyoruz ki 2 milyar dolarlık psikolojik ihracat sınırını aşacaktır. Mersin, 2008 finans krizinden bu yana büyük sorunların arasından geçerken bile ihracatını artırmasa dahi ihracatını koruyan bir kent oldu. Oysa marka dediğimiz birçok ilin ihracatında düşüşler yaşandı. Mersin’in bu başarısının ardında hepimizce bilinen nedenler var. Üretim çeşitliliği ve kalite bu nedenlerin başında geliyor. Mersin dünyaya açık bir kent ve bu çok önemli bir avantaj oluşturuyor. Sorunlara ağlayan bir camia değil, çözüm arayan dinamik bir yapıda olmamız sanayicimizi güçlü tutan bir unsur oluyor. Bu anlamda rakamların yanıltıcı dünyasına değil verimliliğe, üretime ve net ihracata odaklanıyoruz. Her şeye rağmen ihracatta 2 milyara yaklaşan Mersin kısa zamanda 2 milyar doları da aşacaktır. 5 yıllık süreçte potansiyelimiz 5 milyar dolardır ve MTSO olarak amacımız bu rakama ulaşacak motivasyonu ve altyapıyı kurmaktır.

Kentte yapılan yatırımlar ile üretime yönelik konularda neler söyleyeceksiniz?

Mersin son yıllarda özellikle kamu yatırımları anlamında geçmiş makûs talihini kırmış gibi gözüküyor. Eğitim, sağlık ve ulaşım anlamında önemli yatırımlara kavuştuk. Özellikle yeni ticaret ve sanayi alanlarının yaratılacağı müjdesi bizim için önemlidir. Devam eden Akdeniz sahil yolu ve havalimanı yatırımları ulaşımda kenti taçlandıracaktır. OSB otoban bağlantıları ve planlanan konteynır limanı da bunlardan biridir. Bu yatırımlar tamamlandıkça kentin yeni sektörleri kendiliğinden oluşacak. Sektörler yasa ve talimatla kurulmaz. Sektörler uygun eko-sistemi bulursa yeşerir. Bu anlamda söz konusu altyapılar işte bu eko sistemi yaratmakta. Bu eko-sistem kuruldu mu, yeni işler de kendiliğinden yeşerir. Elbette lokomotifimiz bu gün için tarım, sanayi, lojistik, dış ticaret ve turizmdir. Ama bu yatırımlar tamamlandığında, dünyaya erişim daha da kolaylaştığında havacılık, kargo, süs bitkileri, gıda gibi alanlarda neden yeni sektörler gelişmesin? Her şey uygun eko-sistemle ilgilidir.

Bu çerçevede geçtiğimiz haftalarda Çevre ve Şehircilik Bakanı Murat Kurum odamızı ziyaret etti. Kendilerine Kalkınma eski Bakanımız ve Mersin Milletvekilimiz Lütfi Elvan da eşlik etti. Bakan Murat Kurum, kentimizin uzun süredir talebi olan sektörel ticaret ve sanayi sitelerinin kurulması ve buna yönelik arsaların üretilmesi konusunda müjdeler verdi. Sektörel ticaret ve sanayi siteleri sadece Mersin’in değil, üretim odaklı her kentin ihtiyacıdır. Çünkü bu siteler kümelenme mantığı ile

çalışıyor. Kümelenme mantığı girişimciye sayısız üretim, maliyet, lojistik ve pazarlama avantajı sağlıyor. Ayrıca yüksek istihdam ve kentin ara sokaklarına dağılmış olan merdiven altı imalatlarını da bir düzene sokması bakımından önemli. Kent trafiğinden kentin kentsel görünüm kalitesine kadar büyük katkıları söz konusu. Bu anlamda iş dünyası olarak yapmamız gereken şey uygun yatırım arazisi temin etmektir. Bu noktada yerel yönetimlerin devreye girmesi gerekiyor. Yerel yönetimler ekonomiye daha fazla entegre olmalı ve bunu kentin sosyal yaşam kalitesinin bir parçası olarak görmek zorunda.

MTSO'nun yürüttüğü projelerden bahsedebilir misiniz?

Mersin iş dünyası olarak ülkemizin ve Mersin'in üretmekten başka çaresi olmadığına inanıyoruz. Ürettiğimizi de ihracatla katma değere dönüştürmekten başka zenginlik kaynağımız yok. Bu bağlamda MTSO olarak en önemli hedefimiz üretim alanlarını, üretici sayısını, kaliteyi artırmak ve bunun ihracata entegrasyonunu sağlamaktır. İşte Ticari Bilgi ve İstihbarat (TİBİM) Projemiz bunun için var. Sektörel eğitimlerimiz bunun için devam ediyor. KOBİ Akademi ve Sanayi Akademi projelerimiz bunun için tasarlandı. Sanayi 4.0 vizyonuna yönelik projelerimiz bunun için hazırlandı. Tüm bunları yaparken, kentin sosyal sorunlarına duyarsız kalmıyoruz. Eğitimden kültür sanata her alanda varız ve var olmaya devam edeceğiz. Gerektiğinde okullar yapıyoruz, kurumsal çapta eğitim destekleri veriyoruz. Gerektiğinde sağlık ocakları açıyoruz. Sanata, kültüre ve kentin ilgili marka etkinliklerine destek veriyoruz. Sosyal yaşamı ekonominin bir parçası olarak görüyoruz.

Kentin önemli sorunları ve bunlara ilişkin çözümleriniz nelerdir?

Öncelikle yerel yönetimler ekonomiye daha çok entegre olmak zorundadır. Kentin bu anlamda lideri icra gücü olan yerel yönetimler olmalıdır. Çünkü ekonomi bir yaşam kalitesidir. Kamu ise daha büyük yatırımlarda olmalı veya kent dinamiklerinin finanse ettiği yatımların önünü açmalı, bürokrasiyi kaldırmalıdır. Kentimizin sorunlarının çözümleri büyük bir akıl değil; sadece samimi bir çaba ve kararlılık gerektiriyor. Sorunlarımız belli, çözümlerde belli. Biraz karalılık, biraz çaba ve dahası ortak bir akıl, ortak bir dayanışma her sorunun çözülmesi için yeterlidir.

Ülkemiz ve kentin güzel şeylere layıktır ve bunları yapacak güce sahiptir. Kentin kurumları olarak rakip değiliz. "Biz birlikte Mersiniz diyoruz" ve MTSO olarak her zaman elimizi taşın altına koymaya hazırız. Talep eden kent olmadık. Ülkemizin zor zamanlardan geçtiği bir dönemde de kendimizi değil, ülkemizi düşünen bir kurum olduk. Bugün tek düşünmemiz gereken şey topyekûn ülkemiz ve kentimizin gelişmesi için "ben ne yapabilirim" demektir.

Ayhan Kızıltan

“Müşteri memnuniyeti en büyük kazancımız”

Mersin’de toplam 400 metrekare büyüklüğündeki showroom’da hizmet sunan Inavel Lighting, modern, klasik, avangard, led ve özel tasarımlar olmak üzere yaklaşık 650 ürün çeşidini Türkiye’nin her yerindeki müşterileriyle buluşturuyor. Hobi olarak avize satışına başlayan firmanın sahibi Mehmet İnce, avizenin kişilerin yaşam biçimlerini ve karakterini yansıttığını düşünüyor. Türkiye’nin İtalya ve İspanya gibi dünyanın sayılı avize üreticilerinden olduğunu belirten Mehmet İnce, “Avize ile ışık sanata dönüşüyor” diyor.

2010 yılından bugüne Mersin’de kurduğu avize şirketiyle müşterilerine hizmet veren Inavel Lighting, ağırlıklı olarak altın, gümüş, bronz, platin, pirinç ve eskitme metalli ürünlerin satışını yapıyor. Inavel Lighting’in 2015’e kadar her yıl ortalama yüzde 50 büyüdüğünü; fakat son 3 yılda piyasadaki ekonomik dalgalanma dolayısıyla bu oranın kısmen düşmesine rağmen gelişmesini sürdürdüğünü belirten firma sahibi Mehmet İnce, iddialı bir firma olarak müşteri memnuniyetini üst düzeyde tuttuklarını söylüyor.

Mehmet İnce, Capital dergisinin sorularını şu şekilde yanıtlıyor:

Şirketinizin kuruluş öyküsünü ve mesleğinize bakış açınızı anlatır mısınız?

Elektrikçilik baba mesleği olduğundan 42 yıldır bu sektörün içerisindeyiz. 2010 yılında hobi olarak avize satışına başladım. Konutta tercih edilen avizenin aynı zamanda insanın kişiliğini de yansıttığını düşünüyorum. Avize kişinin çizgisi ve yaşam biçimidir; evin karakterini ve kimliğini gösterir. Tüm bu tanımlamalar büyük önem verdiğim bu uğraş alanıyla ilgili bakış açımı yansıtıyor. Avizecilik şu an lüks üzerine kurulu bir sektör. Piyasada 10 liradan 10 bin liraya; 100 bin liraya kadar avize çeşidi bulabilirsiniz. Bana göre bu tercihte belirleyici olan müşterinin kişiliği, yaşam biçimi ve inceliğidir. Avize sektörünün gelişimi ülkenin sosyal yaşam standartlarının yükselmesiyle de ilgili. Mersin’de 15-20 yıl önce 2-3 adet olan avize satış firmasının sayısı bugün yaklaşık 40’a ulaştı. Bu da ülkemizde yaşam kalitesinin ne kadar geliştiğinin bir ölçüsüdür.

Müşteriler daha çok hangi çeşit avizeleri tercih ediyor?

Tüketiciler daha çok modern avizelerİ tercih ediyor. Avize, giysiden daha hızlı modası değişen bir ürün. Bugün İtalya, İspanya ve Türk avizesi dünyaya yön veriyor. Ülkemiz özeLlikle gold klasik avize çeşitlerinde dünya lideri konumunda. Türkiye’de ağırlıklı olarak pirinç, altın, platin, zamak, gümüş, sarı metal kaplama avizeler tercih ediliyor. İstanbul’da 5 imalatçı firmamız var. Müşterinin talep ettiği her türlü tasarımı yapabiliyoruz. Klasik avizelerin müşterisi bellidir. Satışlarımızda ise modern avize çeşitlerimizin bir adım daha önde olduğunu söyleyebilirim. Avizenin yanı sıra Osmanlı tarzı ürünler, aksesuar olarak tablolar, biblolar, lambader ve abajur satışı da yapıyoruz. Çok zevkli ürünler

Mehmet İnce

satan butik bir işletmeyiz. Tüketicinin talepleri doğrultusunda hareket eden, Mersin’in iddialı bir firmasıyız.

İthal ürün satışlarınız oluyor mu?

Ürünlerimizin yüzde 99’unu İstanbul’dan alıyoruz. Yerli imalatın yanında İtalya, Çin ve İspanya’dan ithal ürünlerimiz de bulunuyor. Çin deyip geçmemek lazım; çünkü Çin en yüksek kaliteden düşük kaliteye kadar istediğiniz her tür ürünü üretebilen bir ülke. Bizim getirdiğimiz ürünler ise led teknolojisine sahip kaliteli ürünler. Halojen ampullerin enerji verimliliği düşüktür, bu nedenle firma olarak bütün ürünlerimizİ led aydınlatma üzerine seçiyoruz.

Avize alırken nelere dikkat etmek gerekiyor?

Sektörde birçok ürün fason olarak üretilebiliyor. Rakip firmalar ‘kaliteli ürünlerin muadili’ diye bunları piyasaya veriyor. Oysa avize bir markadır. Tüketici elbette sektörde kendisini ispatlamış markaları tercih etmeli. Inavel Lighting olarak müşterilerimizin isteklerine göre avize, seçenekleri sunuyoruz. Taleplere göre satış öncesi gidip keşif yaptığımız da oluyor. Gerektiğinde mimarlarımızdan da destek alıyoruz. Mersin’in dışında başka illere de satış yapıyoruz. İnternet üzerinde de satışımız var.

“Lowbed üretimini bir fırsat olarak görüyoruz”

Mersin’de Tırmıl Sanayi Bölgesi’nde 2001 yılından bugüne faaliyet gösteren Seçsan Treyler, yenilikçi üretim anlayışı ile lojistik alanında özel çözümler sunuyor. Başta lowbed olmak üzere damper, konteyner, sal kasalar, forklift taşıyıcılar ve özel amaçlı imalatlar yapan Seçsan, önümüzdeki dönemde yenilenebilir enerji ekipmanlarının taşınmasında kullanılabilecek araçlar üretmeyi hedefliyor.

Özel amaca uygun günümüz teknolojilerini içeren makine ve ekipmanların üretimine ağırlık veren Seçsan Treyler, istihdam ettiği yaklaşık 60 çalışanıyla ve yüzde 60 kapasiteyle faaliyet gösteriyor. 2019’da atıl haldeki yüzde 40’lık kapasitesini harekete geçirmeyi hedefleyen Seçsan, yurt içindeki taleplerin yanında ihracat odaklı büyümeyi planlıyor. Seçsan halen İsveç, Norveç, Finlandiya ve İngiltere gibi ülkelere ihracat yapıyor ve Fransa’nın da aralarında bulunduğu hedef pazarlara yönelik yeni bağlantılar kurma çalışmalarını sürdürüyor.

En büyük hayalinin sektörde A + sınıf araçlar üretmek olduğunu söyleyen Seçsan Treyler Genel Müdürü Lokman Öcal, “Yurt içinden gelen taleplere sırtımızı dönmeyeceğiz; ama içinde bulunduğumuz bu dönemde yurt dışına ürün satmak adeta Çanakkale Savaşı’nı kazanmak gibidir” ifadelerini kullanıyor. “Ürettiğimiz ürünleri çok daha fazla yurt dışına satmak zorundayız. Bu sadece kendi ticaretimiz için değil; ülkemiz ekonomisi için de gereklidir” diyen Lokman Öcal, dergimiz Capital’in sorularını yanıtladı.

Seçsan Treyler, ne kadardır hizmet veriyor?

Yaklaşık 50 yıldır lojistik sektöründe faaliyet gösteren bir aile şirketiyiz. Proje kargo taşımacılığı yapıyoruz. Bu alanda Avrupa’nın ve Ortadoğu’nun en büyük araç parklarından birinin işletmecisi konumundayız. 2011 yılında Seçsan firmasını devraldık. Tarihi İpek Yolu üzerinde yer alan Anadolu coğrafyası önemli bir geçiş kavşağıdır. Bu bölgede lojistik her zaman çok önemli bir sektör olmuştur. Rusya dünyanın kara nakliyesinde en çok araca sahip ülkesidir. 2’nci sırada yer alan Türkiye ise dünyanın en genç araç filosuna sahip ülke konumundadır. Önümüzdeki 10 yılda Türk lojistik sektörünün dünyanın en büyük araç parkına sahip olacağını düşünüyorum. Bu anlamda devamlı yatırım hacmimizi büyütme gayreti içindeyiz.

Üretim hedefleriniz hakkında neler söyleyeceksiniz?

Üretim adetlerinden ve çeşitlerinden daha çok; müşterinin ihtiyaçlarına göre özel çözümler üretmeyi önceliyoruz. Lowbed alanında Türkiye ciddi bir pazar. Bir yandan firmamızı büyütürken diğer yandan son 3 yıldır lowbed üretimine odaklandık. Türk lojistiğiyle paralel geliştiğine inanmadığımız lowbed üretimini bir ‘fırsat’ olarak görüyoruz. Ayrıca rüzgar enerjisi için ekipmanların taşınması başlı başına uzmanlık gerektiren bir alan. 2019 yılından itibaren Türkiye’de üretilmeyen rüzgar enerjisi ekipmanlarını taşıma araçlarını imal etmeyi planlıyoruz. Firma olarak şu anda üretimimizin yüzde 60’ını iç pazara, yüzde 40’ını ise ihracata yönlendiriyoruz. Hedefimiz, üretimimizin yüzde 70’ini ihraç etmek yüzde 30’unu da iç pazara yönlendirmek yönünde.

Lokman Öcal

Ekonomik dalgalanma firmanızı ve sektörünüzü nasıl etkiledi?

Yaşanan ekonomik problemlerden etkilenmediğimizi söylemek iyimserlik olur. Ancak biz buna göre zaten bir pozisyon almıştık. Kimi zaman sıkıntılar yaşasak da son 3 yıl içerisinde işletmemizde sinerji yaratmak adına bir takım girişimlerimiz oldu. Kriz var diye personel çıkarmak yerine; daha çok çalışıp özellikle yurt dışından daha fazla nasıl iş alabilirimin peşinde koştuk. Bu yıl ekonomide yaşanan gelişmelerle ilgili bir takım tespitlerde bulunmak gerekiyor. Özellikle son 10 yılda daha önce olmayan bir rehaveti yaşadığımıza inanıyorum. Finansman anlamında yabancı kaynaklara erişim çok kolay hale getirildi. Doğru olmayan bu yaklaşım adeta bizleri obezleştirdi. Öz kaynağın anlamını unuttuk ve yabancı kaynaklara bağımlı hale geldik. Bu tablo yakın zamanda bizlere kendisini çok acı bir şekilde hatırlattı. Hâlbuki satış ve üretim odaklı çalışmalara ağırlık vermemiz gerekiyor. Doğru hedef pazarlar belirleyerek daha fazla yurt dışına açılmalıyız. Devletimiz bu dönemde sanayicileri daha çok destekleyecek. Bizler üretip daha çok ihracat yapacağız ki; çarklar dönecek ve bundan herkes kazançlı çıkacak.

“EN BÜYÜK SIKINTIMIZ NİTELİKLİ ELEMAN”

“Diğer sektörlerde olduğu gibi en büyük sıkıntıyı nitelikli eleman bulamama konusunda yaşıyoruz. Son dönemde yatırım maliyetleri de dövizdeki hareketlilikten olumsuz etkilendi, yatırımlar azaldı. Lojistik sektöründe henüz kurumsallaşmanın tamamlanmaması da sektörümüzün yaşadığı bir diğer sorun.

“Mersin'in ticaret hacmini daha üst seviyeye taşımaya çalışıyoruz"

2017’de yaklaşık 500 milyon dolar seviyelerinde ihracat gerçekleştiren Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi (MTOSB), bu yıl ihracat rakamını geçtiğimiz yıla göre yüzde 20 artırarak yaklaşık 600 milyon dolara ulaştırmayı başardı. 2017 yılında Mersin’den 150’yi aşkın ülkeye yapılan 1,5 milyar dolarlık ihracatın yaklaşık yüzde 35’lik kısmını gerçekleştirdiklerini vurgulayan MTOSB Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Tekli, “En zor zamanlarında dahi insanlarımıza ve ülkemize güvenerek yatırım yapmaya, üretmeye, istihdam sağlamaya ve ihracata devam ediyoruz” diyor.

2017 yılı Eylül ayında toplam 96 milyon dolar ihracat rakamına ulaşılan Mersin’de 2018’in aynı döneminde yüzde 76’lık artış ile 166 milyon dolarlık ihracat kaydedildi. Kentin toplam ihracatında MTOSB’nin katkısı ise yüzde 35 oranında gerçekleşti.

“Mersin’in ticaret hacmini daha üst seviyelere taşımak; daha fazla üretim ve istihdam oluşturmak için tüm gayretimizle çalışıyoruz” diyen MTOSB Yönetim Kurulu Başkanı Sabri Tekli, Capital’in sorularını yanıtladı:

MTOSB’nin kuruluşundan ve çalışmalarından söz eder misiniz?

Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi, 1993 yılında 380 hektarlık bir alan üzerine kurulan karma OSB özelliğine sahip bir bölgedir. 1994 yılında altyapı inşaatına başlanılan OSB’mizde öncelikle 35 firmaya arsa tahsisi gerçekleştirildi. Bölgenin cazibe merkezi olacağının işaretleri daha o dönemde verilmişti. İlave yatırım alanı olan 2’ni bölgemiz 2011 yılında faaliyete geçti. Bu dönemde MTOSB’ye 278 hektar yeni alan dahil edildi. İlave bölgenin dahil edilmesiyle toplamda 658 hektar alana ulaşan OSB’miz halen 195 parselde 170 yatırımcı ile faaliyetlerine devam ediyor. Bölgemizde yaklaşık 16 bin kişi istihdam ediliyor. Mersin Limanı, havayolu, karayolu gibi lojistik imkanlar açısından son derece avantajlı bir lokasyonda bulunan OSB’mizden dünyanın her bölgesine ihracat yapmak mümkün.

OSB'deki elektrik-doğalgaz tüketimi ve sektör dağılımı hakkında bilgi verebilir misiniz?

Bölgemizde yıllık 35 milyon Kwh elektrik tüketiminin yanı sıra yaklaşık 16 milyon m3 doğalgaz tüketimi gerçekleşiyor. OSB’mizin atıl alanlarında kurulan 40,4 MW kapasiteli Güneş Enerji Santralleri’nin (GES)’nin üretimleriyle aylık tüketim rakamlarımızın yüzde 17’si karşılanıyor. Bölgemizde başta çelik konstrüksiyon, gıda, plastik, makine, ahşap (mobilya), kimya ve cam sektörleri olmak üzere 14 farklı sektörde üretim yapılıyor.

MTOSB'de yakın geçmişte hayata geçirdiğiniz projeler hakkında neler söyleyeceksiniz?

MTOSB, yakın zamanda tahsisleri yapılacak 3’üncü Organize Sanayi Bölgesi ile 756 hektar büyüklüğe ulaşarak yaklaşık 20-25 bin kişinin istihdam edildiği bir bölge haline gelecek. Kaynaklarımızı büyük oranda burayı faaliyete geçirmek üzere kullanıyoruz. Bunun yanı sıra sanayicilerimize kesintisiz ve daha kaliteli elektrik enerjisi sunabilmek için çalışıyoruz. 1’inci bölgemizdeki firmalarımıza yönelik altyapı çalışmalarını yarılamış durumdayız. Çukurova Kalkınma Ajansı’ndan da alacağımız destek ile bu projeyi kısa sürede tamamlayarak sanayicimize kesintisiz enerji sunmayı hedefliyoruz. Üretim artışının bir göstergesi olan elektrik enerjisi sarfiyatlarının son 3 yılda ortalama yüzde 30 oranında artması, bizi güneş enerjisi üretimine yöneltti.

Bölgemizde enerji arzı içinde çözümler üretmek için yoğun çalışmalar yapıyoruz. Bölgemizde gerçekleştirilen elektrik üretiminin enerji olarak dışa bağımlı olan ülkemizin cari açığına ve arz güvenliğine de olumlu yönde yansıyacağına inanıyoruz.

İSO'nun her yıl açıkladığı 'Türkiye'nin en büyük sanayi kuruluşları' listesinde kaç firmanız yer alıyor?

Bölgemizden 2017 yılında yaklaşık 500 milyon dolar seviyelerinde ihracat gerçekleşti. 2018 yılında ise geçtiğimiz yıla göre yüzde 20 artış kaydederek yaklaşık 600 milyon dolara ulaşmayı başardık. 2017 yılında Mersin’den 150’yi aşkın ülkeye yapılan 1,5 milyar dolarlık ihracatın yüzde 35’lik kısmını bölgemiz karşıladı. Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi’nde faaliyet gösteren 8 firmamız, 2017 yılı içerisinde İstanbul Sanayi Odası’nın (İSO) ‘Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu' listesinde yer aldı. Buna göre Hayat Kimya San. A.Ş. 49’uncu sırada, Yıldız Entegre Ağaç Sanayi Tic. A.Ş. 51’inci sırada, Trakya Cam Sanayi A.Ş. 98’inci sırada yer aldı. Bu şirketlerimizi Tiryaki Agro Gıda San. ve Tic. A.Ş. 104’üncü, Memişoğlu Tarım Ürünleri Tic. Ltd. Şti. 335’inci, Mey Alkollü İçkiler San. ve Tic. A.Ş. 404’üncü, Teknopanel Çatı ve Cephe Panelleri Üretim San. ve Tic. A.Ş. 441’inci, Europap Tezol Kağıt San. ve Tic A.Ş. ise 455’inci olarak takip etti.

MTOSB'den en çok hangi ülkelere ihracat yapılıyor?

Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi’nden Ortadoğu ve Asya

pazarı öncelikli olmak üzere dünyanın her bölgesine ihracat yapılıyor. Karma bir OSB olmamız nedeniyle birçok üretime ev sahipliği yapıyor, ürün çeşitliliğimiz sayesinde de dünyanın her bölgesine ihracat gerçekleştirebiliyoruz.

Bölge sanayisinin daha çok gelişmesi için neler yapılmalı?

Firmaların daha çok üretim yapabilmesi ve daha fazla katma değer yaratabilmesi için ithalattan çok ihracata yönelik, kendi öz hammaddemizle nitelikli ve teknolojisi yüksek ürünler üretmemiz gerekiyor. Bu nedenle AR-GE çalışmalarına öncelik veriyor ve destekliyoruz. AR-GE'ye yönelik teşviklerden sanayi tesislerinin daha fazla yararlanması için adımlar atıyoruz.

MTOSB'nin eğitim alanında gerçekleştirdiği hizmetlere ilişkin bilgi verir misiniz?

Yönetim kurulu olarak ülkemizin geleceğinin, nitelikli ve üretken gençlere yatırım yapmaktan geçtiğinin farkındayız. Bu doğrultuda bölgemizde 2011 yılında beri eğitim-öğretimine devam eden Özel Şişecam Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'ne büyük önem veriyoruz. Bu okulda okuyan her öğrencimizi, sanayimize katkı sağlayacak şekilde yetiştirmeye gayret ediyoruz. Bölgemizdeki üretime destek verecek öğrencilerimizi; işinin sorumluluklarını ve teknik özelliklerini bilen, kalifiye personeller olarak yetiştiriyoruz. Öğrencilerimiz staj sürelerince bölgemizde üretim yapan fabrikalarımızda pratik eğitimler alıyor. Gençlerimiz mezun olduklarında bu fabrikalara kolaylıkla adapte olma imkanı buluyor. Sanayicinin talep ettiği nitelikli personel ihtiyacını bu şekilde temin ediyoruz.

Önümüzdeki dönemde eğitim alanında hayata geçirmek istediğiniz yeni projeler var mı?

Eğitime ve nitelikli istihdama verdiğimiz önemi bir kez daha vurgulamak isterim. Bu kapsamda 2'inci bölgemizde yapılması planlanan 24 derslikli Mesleki Lise'nin açılması için gerekli başvurularımızı yaptık; konu halen ilgili bakanlıkta onay aşamasında. Bu okulumuz ile birlikte yeni kurulacak bölgelerimizin nitelikli eleman ihtiyacını karşılamayı amaçlıyoruz.

Mersin yatırımcılar için cazip bir il midir? Hangi sektörlerde potansiyel vardır?

Mersin coğrafi özelliği, doğal ve tarihi dokusu, sanayi, tarım ve turizm potansiyeli, liman-serbest bölge gibi lojistik değerleri ile Ortadoğu, Körfez ve Afrika ülkelerinin cazibe merkezi konumunda. Bulunduğu hinterlandın en büyük lojistik üssü olan Mersin'de yapılacak otoban bağlantısı ve Çukurova Havalimanı'nın tamamlanması ile ticaretimizin bir üst seviyeye taşınacağına inanıyorum.

Sabri Tekli

"MODEL FABRİKA PROJESİ İLE YÖNETİCİLERE DESTEK OLACAĞIZ"

"OSB'de kurulması planlanan Model Fabrika Projesi'ne MTOSB olarak çok önem veriyor ve destekliyoruz. Bölgemizde faaliyet gösteren işletmelerin yöneticilerine yönelik gerçekleştirmeyi planladığımız bu proje bölgemize birçok anlamda katkı sağlayacak. Endüstri 4.0'a dayalı, dijital ortama hazırlanma aşamasında bölgemiz için etkin rol oynamasını beklediğimiz Model Fabrika Projesi verimliliği artıracak çok önemli bir gelişme olacak. Esnek üretime imkan sağlayan bu proje, yüksek kalite seviyesi, sistemler arasında entegrasyon sağlanması gibi unsurları da beraberinde getirecek. Bu sayede üretim kalitemizin artışı global ölçekteki firmalarımızın ihracat rakamlarını arttıracağı gibi cari açığımızın da azalmasına katkı sağlayacak."

"Müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayan özel çözümlere odaklanıyoruz"

Geçtiğimiz yılı 228 milyon TL net kar ve bir önceki yıla göre yüzde 27,3 artışla 1 milyar 490 milyon TL ciro ile kapatan çimento ve yapı malzemeleri sektörünün global oyuncusu Çimsa, sektörde yarım asra yaklaşan tecrübesi ve inovasyondaki yetkinliğiyle öncü çalışmalara imza atmaya devam ediyor. 2018'in ilk 9 ayında 1.305 milyon TL ciro rakamına ulaştıklarını belirten Çimsa Genel Müdürü Ülkü Özcan, "Yerel ve küresel arenada var olan uluslararası çimento ve yapı malzemeleri üreticisi kimliğimizi daha da güçlendirmek amacıyla hareket ediyoruz" diyor.

46 yıl önce Mersin'de temelleri atılan Çimsa, bugün Mersin'in yanı sıra Eskişehir, Kayseri, Niğde ve Afyonkarahisar'da bulunan entegre çimento fabrikaları, Ankara Çimento Öğütme ve Paketleme Tesisleri, Malatya Terminali ve hazır beton tesisleriyle yurt içinde hizmet veriyor. Çimsa, ayrıca İtalya, Almanya, İspanya, Romanya, Rusya ve KKTC'de bulunan 7 terminali ile yurt dışındaki faaliyetlerini büyüterek yoluna devam ediyor. Çimsa Genel Müdürü Ülkü Özcan, Türkiye'nin en büyük gri çimento üreticilerinden biri olmalarının yanı sıra özellikle beyaz çimentoda küresel rekabet güçlerini pekiştiren ve pazarın lideri olarak konumlanmalarını sağlayan uzmanlığa sahip bir firma olduklarını belirtiyor. Özcan, "2018 yılında da her zamanki iş stratejimizi devam ettirerek; yerel ve küresel arenada var olan uluslararası çimento ve yapı malzemeleri üreticisi kimliğimizi daha da güçlendirmek amacıyla hareket ediyoruz" diyor. 2018'in ilk 9 ayında net karı 216 milyon TL olan Çimsa'nın 1.305 milyon TL ciro rakamına ulaştığını belirten Çimsa Genel Müdürü Ülkü Özcan, sektördeki yarım asırlık tecrübelerinin verdiği güçle öncü çalışmalara imza atmaya devam edeceklerini söylüyor.

Ülkü Özcan

"HEDEFİMİZ HER ALANDA BAŞARI"

Çimsa olarak, başarının sadece maddi kaynaklı olmadığının; sosyal ve çevresel kaynakların doğru ve verimli kullanımının son derece önem taşıdığının bilincinde olduklarını vurgulayan Ülkü Özcan şunları söylüyor: "Sürdürülebilirlik stratejimizi 'şeffaf, etik ve adil davranma, hesap verebilirlik, çalışanlarımıza güvenli ve sağlıklı bir iş ortamı oluşturma' gibi parametreler üzerinden şekillendiriyoruz. Bu bakış açısıyla yürüttüğümüz çalışmaları ve sürdürülebilirlik uygulamalarımızı tüm paydaşların faydalandığı bir kaynak olarak sunmanın öneminden hareketle, son 2 yıldır Entegre Faaliyet Raporu yayınlıyoruz. Hazırladığımız bu raporu, çevre dostu olması ve tüm paydaşlarımıza erişim kolaylığı sağlaması açısından elektronik ortamlarda paylaşıyoruz. Tüm bu emeklerimiz neticesinde çağın gerekliliklerini öngörme ve hızlı çözüm üretme yetimizle sektörde yerimizi alıyoruz."

"YURT DIŞINDA TALEP GİDEREK ARTIYOR"

Yurt dışı piyasalarda beyaz çimento ve özel ürünlere olan talebin giderek arttığını kaydeden Özcan, Çimsa olarak, üstün nitelikli ve yüksek katma değerli ürünleri dünya çapında iş ortaklarıyla hızlı bir şekilde buluşturma kapasitesine sahip olduklarını ifade ediyor. Bu çerçevede beyaz çimento üretimlerinin amiral gemisi konumundaki Mersin Fabrikaları'nın uluslararası ticarete yönelik lojistik avantajına dikkat çeken Özcan, "Eskişehir fabrikamızda bulunan 1'inci Üretim Hattı'nın hem gri hem beyaz klinker üretebilecek şekilde modifikasyonunu tamamladık. Böylece, toplam beyaz klinker üretim kapasitemizi 1 milyon 565 bin tona yükselterek, uluslararası ticaretteki payımızı önemli ölçüde artırdık. Çalışmalarımız neticesinde Ortadoğu, Avrupa, Kuzey Afrika ve Amerika başta olmak üzere 65'i aşkın ülkeye beyaz çimento ve özel ürünler ihraç ediyor; müşterilerimizin diledikleri zamanda ve yerde ürünlerimize ulaşmasına olanak sağlıyoruz" diye konuşuyor.

"YENİ FIRSATLARA BAKIYORUZ"

İhracat faaliyetlerinin yanı sıra, büyüme potansiyeli olan, gelişmiş ve gelişmekte olan pazarlarda satın alma, yeni yatırım ve stratejik ortaklık gibi fırsatları da değerlendirdiklerini vurgulayan Ülkü Özcan, şöyle devam ediyor: "Bu doğrultuda 2017 yılında Amerika

Birleşik Devletleri'nde 'Cimsa Americas Cement Manufacturing and Sales Corp' unvanlı şirketimizin kurulum sürecini tamamladık. Böylece ABD pazarına özel olarak geliştirdiğimiz ürün ve hizmetleri, iş ortaklarımıza doğrudan ulaştırma imkânı elde ettik.
AR-GE çalışmaları, katma değer üretme döngümüzün vazgeçilmez bir parçasıdır. 2000 yılında Mersin'de kurduğumuz; geçtiğimiz yıl Mart ayında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın denetimiyle tescillenen AR-GE merkezimiz Formülhane, Türkiye'nin ilk ve tek bakanlık onaylı çimento araştırma ve uygulama merkezidir. Bu güç sayesinde özel çimentolar ve uygulama geliştirme alanında dünyanın sayılı üreticileri arasında yer almaktayız."

"YENİLİKÇİ ÜRÜNLERE ODAKLANIYORUZ"

Sektöre yönelik teknolojik ve bilimsel gelişmeleri dikkatle takip ederek, yenilikçi ürünler geliştirmeye ve müşterilerin farklı ihtiyaçlarını karşılayan özel çözümler sunmaya odaklandıklarını açıklayan Özcan, dijitalleşen dünyada çağa ayak uydurmak adına geliştirdikleri "Çimsa- Formülün Adı" mobil aplikasyonu ile sektörde bir ilke imza atarak, iş ortaklarının 7/24 çözüm ortağı haline geldiklerini belirtiyor. Akıllı telefonlara indirilebilen bu aplikasyon ile müşterilerin diledikleri zaman kendilerine ulaşıp, ürün gamı hakkında bilgi alabildiğini ve taleplerini iletebildiğini anlatan Özcan, "Önümüzdeki süreçte de inovasyon odaklı yatırımlarımıza yenilerini ekleyerek iş ortaklarımıza sunmaya devam edeceğiz. Şirketimizin

"TOPLUMA YATIRIM YAPMA SORUMLULUĞU İLE HAREKET EDİYORUZ"

Faaliyette oldukları bölgeler başta olmak üzere, yaşadıkları topluma yatırım yapma sorumluluğuyla hareket ettiklerinin altını çizen Özcan, sosyal sorumluluk projeleri içinde yer aldıklarını belirtiyor.
"2011 yılında Niğde'den başlayarak 8 yılda 863 çocuğa ulaşan 'Yaz Çocukları' kurumsal sosyal sorumluluk projemiz ile fabrika çalışanlarının çocukları ile civar köylerde ikamet eden çocukların yaz tatillerinde de eğitimlerine ara vermeden gelişimlerine katkı sağlıyoruz. Bu vizyon ile Çimsa olarak toplum için değer yaratan, katma değerli ve sürdürülebilir sosyal sorumluluk çalışmalarını desteklemeye devam edeceğiz" diyor.

öncelikli hedefi, sektörün gelişimine katkı sağlarken, karlı ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamaktır" ifadelerini kullanıyor.

"GELECEĞİN ŞİRKETİ OLARAK KONUMLUYORUZ"

İş süreçlerinin hızla dijitalleştiğini ve teknolojideki yetkinlik, rekabet üstünlüğü sağlamanın kilit unsuru haline geldiğinin altını çizen Özcan, sözlerini şöyle sürdürüyor: "Biz de Çimsa olarak bu öngörü ile dijital stratejimizi kurguluyor; akıllı fabrika sistemleri, proseslere yönelik optimizasyon çözümleri ve veri analitiği gibi alanlarda Endüstri 4.0 projelerine önemli ölçüde yatırım yapıyoruz. Dijital teknoloji yol haritamız ile iş verimliliğimizi artırıyor, yeni nesil teknolojilere uyum sağlıyoruz. Bu şekilde dijitalizasyon çalışmalarımız ile dönüşerek geleceğin de çimento markası olma yolunda ilerliyoruz.

Dijital dönüşümü iş modellerimizden ürün ve hizmetlerimize, karar alma mekanizmalarımızdan organizasyonel yapılanmalarımıza varan geniş bir çerçevede değerlendirmeye devam edeceğiz. Geleceğin Çimsa'sını yaratmak üzere sahip olduğumuz bu yenilikçi bakış açısıyla, sektöründe ilkleri gerçekleştiren lider bir çimento üreticisi olarak ülke ekonomisine sunduğumuz katkıları sürdüreceğiz."

"Taşucu SEKA Limanı ekonomiye kazandırılmalı"

Mersin Deniz Ticaret Odası (MDTO), bölgenin ve ülkenin deniz ticaretinin gelişmesine önemli katkılar sunuyor. Mersin Limanı'nın özelleşmesi sırasında yaşanan sıkıntıların giderilmesindeki çabalarıyla dikkat çeken MDTO, 2007 yılında kurulan Lojistik Platformu'nu destekleyerek Mersin Lojistik Master Planı'nın hazırlanmasında önemli roller üstlendi.

Mersin Deniz Ticaret Odası, özelleştirilmesi düşünülen Taşucu SEKA Limanı'nın liman ve fabrika sahasının bir an önce ekonomiye kazandırılmasını bekliyor. MDTO Yönetim Kurulu Başkanı Cihat Lokmanoğlu, Mersin Limanı'nın özelleştirildikten sonra konteyner taşımacılığında uzmanlaştığını belirterek, "Limanda konteyner gemilerine öncelik verildiğinden konvansiyonel yük taşıyan diğer gemilerin bekletilmesi ek maliyetler oluşturmakta. Bu durum, özellikle proje kargolar ve konteyner dışındaki kargo yüklerin Mersin yerine İskenderun Limanı'na kaymasına neden oluyor. Bu nedenle Taşucu Limanı'nın Mersin Limanı'na alternatif olarak dökme yükler, madenler ve proje kargolar için kullanılmasının faydalı olacağına inanıyoruz" diyor.

Orta vadede Mersin Ana Konteyner Limanı Projesi'nin de hayata geçirilmesi gerektiğini dile getiren MDTO Yönetim Kurulu Başkanı Cihat Lokmanoğlu, dergimiz Capital'in sorularını yanıtladı:

MDTO'nun yürüttüğü çalışmaları özetleyebilir misiniz?

MDTO kurulduğu 1989 yılından itibaren Uluslararası Denizcilik Örgütü ve ulusal kurallar için; denizcilik idaresince kıyı yapıları, gemi inşa tesisleri, deniz korsanlığı, denizcilik eğitimi ve özellikle denizcilik sektöründe çalışan gemi acentesi, brokerlik, forwarder'lık gibi özel mesleklerin standartlarının belirlenmesi gibi konularda görüşlerini aktarıyor. Gemi Acenteliği Eğitim Komisyonu'nda odamızdan bir temsilci yer alıyor. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü, Uluslararası Denizcilik Forumları Koordinasyon Komisyonu çalışmalarında görev alarak katkı sağlıyor. Son derece detaylı hazırlanmış aylık liman istatistiklerimiz düzenli olarak denizcilikle ilgili tüm kurum ve kuruluşlara gönderilmekte. Odamızca düzenlenen STCW Eğitimleri, Gemi Acenteliği, Lojistik ve Yabancı Dil Eğitimleri ile denizcilik sektörü çalışanlarına mesleğin gerektirdiği bilgi, beceri ve uygulama yeterliliklerinin kazandırılmasına çalışıyor. Bunun yanı sıra öğrencilere MDTO ve üyesi firmalar bünyesinde staj yapma olanağı ve yüzlerce öğrenciye burs imkanı sağlıyoruz.

Cihat Lokmanoğlu

Denizcilik sektöründe Mersin özelinde veya ülke genelinde yaşanan sorunlar ve bunlara yönelik çözüm önerileriniz nelerdir?

MDTO Denizcilik Meslek Lisesi'nin tematik okul statüsünden çıkarılması denizcilik eğitimi açısından önemli bir sorunumuz. Söz konusu gelişmeye bağlı olarak okulun öğrenci alımı büyük ölçüde düştü. Denizcilik Meslek Lisesi, aynı zamanda yeterlilik konusunda sorunlar yaşıyor. Gemiadamı cüzdanı alamayan öğrenciler denize çıkamıyor. Kumkuyu ve Mersin marinaları istenilen düzeyde çalışmamakta. Kumkuyu atıl kalıyor, Mersin Marina ise marinadan çok alışveriş merkezi gibi işlev görüyor. Güçlü bir tanıtım ve rekabetçi fiyat politikaları ile Mersin Marina'nın canlandırılması mümkün olabilir. Öte yandan Bakanlığımız tarafından yayınlanan ve 1 Ocak 2019 tarihi itibariyle uygulanmaya başlanacak olan Taşıma İşleri Organizatörleri Yönetmeliği, yeni ve ağır şartlar getirdiğinden denizcilik sektörü tarafından endişeyle karşılanıyor.

MDTO'ya göre Mersin'in önemli sorunları ve bunlara ilişkin çözüm önerileri nelerdir?

Mersin'de faaliyet gösteren oda ve borsa başkanları ile yaptığımız istişare toplantılarında ağırlıklı olarak ulaşım, altyapı projeleri, lojistik merkez, Mersin ve Taşucu limanları ile turizm sorunları öne çıkıyor. Bu toplantılarda 2007 yılında başlanan ancak aradan geçen 11 yılda sonuçlanamayan Lojistik Merkezi Projesi'nin yeniden hayata geçirilmesi, oluşturulacak güçlü bir teknik ekiple projenin güncellenerek yeni bir çalışma ile ilgili Bakanlığa yeniden teklif olarak sunulması dile getiriliyor. Özelleştirme kapsamında bulunan Taşucu Liman Sahası'nda bulunan sanayi tesis alanı taşınmazının 'mülkiyet satışı' yöntemiyle, Taşucu Limanı ve lojistik tesis alanı taşınmazının ise 'belirli süreliğine işletme hakkının devri' yöntemiyle ayrı ayrı olarak değil de bir bütün halinde özelleştirmesi odaların bütçelerini aşan bir durum. Bu sebeple Odamız ve bölge illerinin oda ve borsaları söz konusu ihaleye katılamadı. İhale sürecinin uzaması ve limanın atıl kalması bölgemiz adına kayıptır.

ÇUKUROVA KALKINMA AJANSI

Bütüncül, Kapsayıcı ve katılımcı bir yaklaşımla kurumlararası işbirliğini güçlendiren yenilikçiliği ve girişimciliği geliştiren bölgenin proje kapasitesini yükselten bölgesel kalkınmaya yön veren kuruluş

www.cka.org.tr

ÇUKUROVA KALKINMA AJANSI Tel: 0 322 363 00 39 - 40 - Faks: 0 322 363 00 41
MERSİN YATIRIM DESTEK OFİSİ Tel: 0 324 237 80 86 - Faks: 0 324 237 86 26

“Markalarımızın sayısını artırmak zorundayız”

Türkiye’nin en eski borsalarından biri olan Mersin Ticaret Borsası (MTB), yaklaşık bin 200 üyeye sahip. 2017 yılında gerçekleştirdiği 6 milyar TL’lik işlem hacmi ile Türkiye’nin önde gelen tarım ve gıda merkezleri arasında yer alan MTB, bünyesinde bir bakliyat tohumculuğu şirketi kurarak Türkiye’de bu alanda ilk ve tek örnek olmayı başardı.

92 yıllık tarihiyle Türkiye’nin en eski borsalarından biri olan Mersin Ticaret Borsası (MTB), mevcut dinamiklerle işbirliği halinde kentin ‘marka değerini’ artırmak için çaba harcıyor. Yaklaşık bin 200 üyeye sahip MTB, 2017 yılında gerçekleştirdiği 6 milyar TL’lik işlem hacmi ile Türkiye’nin önde gelen tarım ve gıda merkezleri arasında yer alıyor. Nohut, mercimek ve kuru fasulye gibi ürünlerden oluşan bakliyat grubunun yüzde 37’lik pay ile en fazla işleme konu olduğu MTB’de, bu ürünlerin değeri 2 milyar 200 bin TL’yi buldu. Geçen yıl kurumda, bakliyatın ardından 1 milyar 200 bin TL değerinde portakal, mandalina ve greyfurttan oluşan narenciye ürünleri işlem gördü. Borsada önemli bir kalem olan hububat ve mamullerinde ise 1 milyar 180 milyon TL’lik işlem hacmi gerçekleşti. Bu 3 ürün grubu MTB’nın toplam işlem hacminin yüzde 77’sini oluşturuyor.

Bakliyat tohumculuğu şirketine sahip olan MTB, bu girişimiyle Türkiye’deki borsalar arasında tek olma özelliğine sahip.

Bir kentin ‘marka kent’ olarak değerini artırabilmesinin eğitimden sağlığa, sanattan spora; kamu hizmetlerinden kültürel mirasa kadar çok çeşitli alanlarda atacağı adımlara bağlı olduğunu belirten MTB Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Özdemir, “Mersin'in marka değerini yükseltebilmesi için mutlaka sahip olduğu markaların sayısını artırması gerekiyor" diyor. MTB Yönetim Kurulu Başkanı Abdullah Özdemir, dergimiz Capital’e borsanın çalışmaları hakkında şu bilgileri verdi:

Narenciye sektörüne yönelik hangi faaliyetleri gerçekleştiriyorsunuz?

Tarım ve gıda sektörünü Mersin için böylesine önemli hale getiren ürün gruplarının başında narenciye yer alıyor. Kentimizin toplam ihracatının yüzde 20’lik bölümü sadece narenciye ürünlerinden oluşuyor. Ülkemiz 2017 yılında 4,8 milyon tonluk narenciye üretimi gerçekleştirdi. Bunun 4’te 1’lik bölümünü Mersin üretti. Ayrıca, ülkemizin geçen yıl ihraç ettiği 1,7 milyon tonluk narenciyenin yüzde 35’lik kısmını yine Mersin karşıladı. Mersin, bu ihracat hacmi ile ülkemizin en fazla narenciye ihraç eden kenti konumunda. MTB ise narenciyede 1,2 milyar TL’lik işlem hacmi ile Türkiye'de faaliyet gösteren 113 ticaret borsası arasında ilk sırada yer alıyor. Üreticilerimiz, zor şartlarda üretmeyi sürdürüyorlar. Narenciyede iç tüketim ve ihracat toplamı, üretim seviyemizin altında kalıyor. Yani arz fazlamız var. Sıkıntımız tüketim tarafında. Narenciye tüketimini artırmak zorundayız. Bu hedeften yola çıkarak düzenlediğimiz Uluslararası Mersin Narenciye Festivali kapsamında tüketimin özendirilmesi için çabalıyoruz. Ayrıca, TOBB çatısı altında sektörümüzün çıkarları için etkin lobi faaliyetlerinde bulunuyoruz.

Bakliyat sektöründeki ne tür faaliyetleriniz var?

Tarım ve gıda sektörünü Mersin için önemli yapan bir diğer ürün grubu ise bakliyattır. Ülkemizdeki bakliyat ürünlerinin işlenmesine dayalı sanayinin yaklaşık yüzde 70’i Mersin’de kuruludur. Türkiye’de 2017 yılında ithal ve ihraç edilen bakliyatın toplamı 900 bin tondur. Bu rakamın çok önemli bir bölümü Mersinli firmalar tarafından gerçekleştiriyor. Bakliyat, borsamızın 6 milyar TL’lik işlem hacmi içerisinde en önemli paya sahip olan ürün grubudur. Toplam işlem hacmimizin yaklaşık yüzde 40'lık bölümün bakliyat ürünleri oluşturuyor. Narenciyede olduğu gibi bakliyatta da 113 ticaret borsası arasında MTB, ilk sırada yer alıyor. İhracatçılarımızın mevcut sorunlarını masaya yatırmak amacıyla “Yemeklik Tane Baklagiller Çalıştayı” düzenleyerek sektörümüzün tüm bileşenlerini bir araya getirdik. Her yılın 10 Şubat günü ‘Dünya Bakliyat Günü’ olarak kutlanıyor. Son 3 yıldır düzenlediğimiz etkinliklerde bugüne kadar Kanada Büyükelçisi, Kolombiya Büyükelçisi gibi önemli konukları ağırladık. Bu vesileyle firmalarımız ilgili ülkeler ile ticaret ilişkilerinde yaşadıkları sorunları yüz yüze görüşme ve yeni iş ilişkileri kurma imkanı yakalıyor.

Abdullah Özdemir

Mersin'in tarım ve hayvancılık potansiyeli hakkında neler söyleyeceksiniz?

Kentimizin 2017 yılında 2,8 milyar dolarlık dış ticaret hacmi bulunuyor. Mersin'in 2017 yılında gerçekleştirmiş olduğu 1.5 milyar dolarlık ihracatın yüzde 70'lik bölümü tarım ve gıda ürünlerinden oluşuyor. Aynı dönemde gerçekleştirilen 1,3 milyar dolarlık ithalatın ise yüzde 61'i yine tarım ve gıda ürünlerini kapsıyor. Ülkemiz 2017 yılında 2,2 milyar dolarlık yaş meyve ve sebze ihracatı yaptı. Bunun dörtte birlik bölümünü gerçekleştiren Mersin bu alanda Türkiye genelinde ilk sırada yer alıyor. Ayrıca, kentimiz 2017 yılında hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamullerinde 422 milyon dolarlık ürün ihraç ederken, bakliyat ihracatında ilk sırada bulunuyor. Mersin, ülkemizin bitkisel üretim değeri en yüksek 3'üncü ili konumunda. Ülkemizde üretilen muz, limon, yenidünya, yafa portakal, king mandalina gibi ürünlerin yarısından fazlası Mersin'de üretiliyor. Çilek, soya, keçi boynuzu, sivri biber, iç mekan süs bitkileri gibi ürünlerin de yüzde 20'sinden fazlasının üretimi kentimizde gerçekleştiriliyor. İlimiz 1.5 milyon tonluk örtü altı sebze ve meyve üretim miktarı ile ülke genelinde 2'nci sırada yer alıyor. Kanatlı hayvan varlığı ile Mersin iller arasında birinci sırada yer alırken, küçükbaş hayvan varlığı ile Türkiye genelinde 5'nci sırada bulunuyor. Yaklaşık 4 bin ton seviyesindeki bal üretimi ile ülkemizin en önemli bal üreticileri arasında yer alıyoruz.

Mersin'in marka bir kent olması için hangi projeleri hayata geçirdiniz?

Bir kentin "marka kent" olarak değerinin artabilmesi eğitimden sağlığa, sanattan spora, kamu hizmetlerinden kültürel mirasa kadar çok çeşitli alanlarda atacağı adımlara bağlı. Bu bağlamda, 5 yıl boyunca başarı ile gerçekleştirdiğimiz Uluslararası Mersin Narenciye Festivali'nin bu yıl 6'ncısını düzenledik. Mersin Narenciye Festivali dışında Türkiye'de, hiçbir meyve festivalinde, ürünün kendisi süsleme aracı olarak kullanılmıyor. 70 dönümlük festival alanında, sadece narenciye ürünleri kullanarak yaptığımız süslemeler ve mobil figürler ile, tam bir narenciye dünyası yaratıyoruz. Bu dünyada emek var, ekip çalışması var, sanat ve hayal gücü var. 30'a yakın ülkeden, yaklaşık 700 gösteri sanatçısı festivalimize renk katıyor. Yerli gruplarımızla birlikte bir coşku seli oluşturuyor. Açılan stantlar ve yapılan ikramlar ile adeta bir açık hava fuarı kuruyoruz. Mağazalarımız ve esnafımız festivalimize özgü indirim haftası düzenliyor. "Narenciye" temalı defilemiz sarı ile turuncunun tüm canlılığını ve enerjisini yansıtıyor. Ödüllü fotoğraf, satranç ve yelken yarışmalarımız büyük ilgi görüyor. İlköğretim öğrencilerimize narenciye dağıtarak, narenciyeyi sevdiriyoruz. Ülkemizin çeşitli bölgelerinden şeflerimiz ile üniversitelerimizin aşçılık bölümlerinde okuyan öğrencilerimiz ve hocalarımız iki gün boyunca olağanüstü bir Gastro Show yapıyor. 2 bin 500 kişilik kortejimiz festivalin tüm görkemini yansıtıyor. Bu festival Turizm Bakanlığı tarafından kentimizin simgeleri arasında gösteriliyor ve zihinlerde Mersin'in narenciyenin başkenti olduğu algısını güçlendiriyor.

Kurumun gelecek hedeflerinden bahsedebilir misiniz?

Geleceğe yönelik öncelikli amacımız ürünlerimizin, firmalarımızın ve kentimizin marka değerinin artmasına katkı sağlamak. Kent olarak marka değerimizin artması için öncelikle bu geniş yelpazeyi odak noktası olarak gören ve bu alanlardaki eksiklerimizi gidermeye yönelik politikalar üreten bütüncül bir bakış açısına sahip olmamız gerekir. Bir kentin marka haline gelmiş kaliteli ürünleri ve itibarlı firmaları ne kadar çoksa kendisinin de marka değeri o kadar yüksek olur.

“Markamızı güçlendiren önemli projelere imza atıyoruz”

Maestro/VİZYONER Group, her geçen yıl çeşitlenen iş kollarıyla bölgenin köklü markaları arasında yer alıyor. Uzman akademisyen ve profesyonellerden oluşan ekibiyle yüzlerce ulusal ve bölgesel firmaya hizmet sunan firma, markasını güçlendiren önemli projelere imza atıyor. Bu yıl 19’uncu yılına giren grubun ilk şirketi olan Maestro Danışmanlık A.Ş., Mersin’in ilk ‘Lojistik Master Planı’nı gerçekleştirme başarısıyla dikkat çekiyor. Maestro/VİZYONER Group Yönetim Kurulu Başkanı Ferudun Gündüz, Türkiye’de ilk kez bir kentin lojistik alanda Master Planı’nın hazırladığını belirterek, “Bunu realize etmek de şirketimize kısmet olmuştur” diyor.

Gümrüklü antrepolardaki gözetim işlerinin özelleştirilip, Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirlerine (YGM) devredilmesiyle bu sektörde de faaliyet göstermeye başlayan Maestro/VİZYONER Group, Vizyoner ve Olba YGM olarak toplam 6 Yetkilendirme Gümrük Müşavirliği (YGM) ve 20’yi aşkın personel ile hizmet veriyor. Maestro/VİZYONER Group, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın verdiği yetki kapsamında Gümrük Müşavir Yardımcılığı Belgesi’ne sahip elemanları ile antrepo sahipleriyle imzalanan dönemsel sözleşmeler kapsamında ‘gözetim’ hizmetini başarıyla yerine getiriyor. Hayata geçirdikleri tüm projeleri beklenen kalitenin üzerinde ve hedeflenen zamandan önce tamamlayarak yüksek oranda müşteri memnuniyeti yakaladıklarını vurgulayan Gündüz, dergimiz Capital'in sorularını yanıtladı:

Grup şirketlerinizden Maestro Danışmanlık A.Ş.’nin faaliyetlerinden söz edebilir misiniz?

Maestro Danışmanlık şirketimizin gerçekleştirdiği önemli işlerden birisi Mersin Lojistik Master Planı’dır. Yine Türkiye’de ilk defa özel sektör marifetiyle Tarım Master Planı da tarafımızca hazırlandı. KOSGEB’in Mersin’deki ilk ‘sanayi şirketleri’ anketini yaptık. Türkiye genelinde 200’ü aşkın narenciye ihracatçısı firma ile yüz yüze görüşülerek, Ulusal Turunçgil Konseyi (UTK) adına ihracat teşvikleri araştırmasını gerçekleştirdik. Yüzlerce ulusal ve bölgesel firmaya genel yönetim danışmanlığı, ISO 9001, 2015 kalite yönetim sistemi danışmanlığı hizmeti verdik. Uygulamalı girişimcilik alanlarında Mersin’de ilk eğitimleri organize ederek çok sayıda genç girişimcinin kendi işini kurması ve yönetmesine ön ayak olduk. 2003 yılı itibariyle Türk Patent Enstitüsü (TPE)’nden resmi ‘Marka Vekilliği Belgesi’ alarak bu alanı da hizmetlerimize ekledik. Bu kapsamda geride kalan 15 yıl içerisinde bini aşkın firmaya marka ve endüstriyel tasarımı için ‘Maestro Patent’ başlığı altında vekillik hizmeti sunduk. Patent ve faydalı model konusunda da danışmanlık çalışmalarını yürüten firmamız, halen Maestro International Consulting (MIC) markası ile Türkiye çapında hizmetlerini büyütmeye devam ediyor.

Mersin’deki antrepo sektörünün son durumunu değerlendirebilir misiniz?

Mersin, Doğu Akdeniz’de önemli bir lojistik kent ve yaklaşık 100 adedin üzerinde genel ve özel antrepoya sahiptir. Gümrüklü antrepolar liman ve serbest bölge benzeri statülere sahip oldukları için dış ticaret firmalarına zaman ve mali olarak avantajlar sağlıyor. Özelleşen bu sistem sayesinde

Ferudun Gündüz

ithalat, transit ticaret başta olmak üzere dış ticaret işlemleri hız kazanıyor. Gerekli kanun, yönetmelik ve tebliğlere uygun çalışan gümrüklü antrepo işletmecileri ve biz YGM’ler olarak kurallara uymak ve daha sağlıklı hizmet vermenin gayreti içerisindeyiz. Son dönemde döviz kurlarındaki ani sıçramalar bölge antrepolarımızda ürün hareketini azalttı. Yükselen kur nedeniyle özellikle çok zorunlu hammadde ihtiyacı olanlar hariç ithalatçılar bir süre beklemeye girdi. Son haftalarda kurlar makul seviyelere gelince hareketlilik tekrar başladı.

Gelecek hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Maestro/VİZYONER Group şirketlerimiz son 6 yıl içerisinde 11 bin aktif vergi mükellefi bulunan Mersin ilinde 3 defa “İlk 100 Kurumlar Vergisi Rekortmenleri” içerisine girmeyi başardı. Vizyoner ve Olba YGM’ler olarak; yönetmelik ve tebliğler konusunda netlik sağlandığı takdirde İstanbul’da bir şube açmayı planlıyoruz. Türkiye’deki tüm YGM’ler yaptıkları işin konumu gereği ayrı bir dernek şemsiyesi altında örgütlenmeli. Daha sonra da 5 GM ve 1 YGM dernekleri federasyonlaşmalı ve Türkiye GM ve YGM Dernekleri Federasyonuna dönüşmelidir. Nihai hedef ise Türkiye Gümrük Müşavirleri Odaları ve Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirleri Odaları Birliği’nin kurulması olmalı.

SEÇSAN®
TREYLER

For Better SEÇSAN

www.secsantreyler.com.tr

+90 324 235 00 83 - +90 324 235 00 93 +90 324 235 40 09
Çilek Mh. 6391 Sk. No.11/A Akdeniz / MERSİN

“Mega projelerin aranan firmasıyız”

Üretimde kaliteye, AR-GE’ye ve inovasyona ağırlık veren Berdan Cıvata, Türkiye’nin mega projeleri için üretim yapıyor. İzmit Körfez Geçiş Köprüsü, Türkiye’den Kıbrıs’a su temini gibi birçok büyük projenin bağlantı elemanlarını üreten Berdan Cıvata, faaliyete geçirdiği AR-GE Merkezi ile yenilikçi ürünlere imza atıyor. Sektöründe Türkiye’nin akredite belgeli tek laboratuvarına sahip olan Berdan Cıvata, hidrojen kırılganlığı riskini önleyen sürecin patent belgesini de almayı başardı. Firma ürünlerinin yaklaşık yüzde 40’ını AB ülkeleri başta olmak üzere Brezilya, Vietnam, Türkmenistan, Irak, Tanzanya, Arnavutluk ve Dubai’nin de yer aldığı 60 ülkeye ihraç ediyor.

1980 yılında Tarsus’ta küçük bir atölyede Yunus Şemsi ve Makina Y. Mühendisi Hasan Şemsi tarafından kurulan Berdan Cıvata, 2000 yılında Mersin-Tarsus Organize Sanayi Bölgesi’ne (MTOSB) taşınarak büyümenin ilk sinyallerini verdi. Firma bugün 33 bin metrekaresi açık, 12 bin metrekaresi kapalı tesislerinde 35’i mühendis olmak üzere 300’e yakın çalışanıyla üretim ve ihracat gerçekleştiriyor.

Berdan Cıvata; makine, inşaat, çelik yapı, tersane, rafineri ve petrokimya, demiryolları, tünel ve baraj inşaatları, nükleer santraller, borulama tesisleri, basınçlı kap ve kazanlar yanında; rüzgar enerjisi ve diğer enerji santralleri için M100 çapa kadar 8.8–10.9 veya 12.9 kalitelerde hidrojen kırılganlığı riski sıfır daldırma galvanizli, elektro galvanizli veya çinko lamel kaplamalı yüksek mukavemetli cıvata, somun, saplama ve benzeri bağlantı elemanlarını TSE, DIN, ISO, ASTM, gibi ulusal ve uluslararası normlara göre üretiyor.

Farkındalık oluşturmanın ve kaliteye verdikleri önemin göstergesi olarak Türkiye’de cıvata-somun sektöründe en zengin test laboratuvarını kurduklarını belirten Berdan Cıvata Yönetim Kurulu Başkanı Hasan Şemsi, “Burayı Türkak’tan ISO EN 17025’e göre akredite ettirerek sektöründe laboratuvarı ‘akredite belgesi’ne sahip tek üretici haline geldik” diyor. Hasan Şemsi, dergimiz Capital’in sorularını şu şekilde yanıtlıyor:

Berdan Cıvata’yı rakiplerinden ayıran özellikler nelerdir?

Şirketimizi, cıvata-somun üretim tesisleri yanında ısıl işlem tesisleri, elektro galvaniz, sıcak daldırma galvaniz, çinko lamelli kaplama tesisleri ve akredite belgeli laboratuvarıyla tam entegre bir bağlantı elemanları üreticisi haline getirdik. Türkiye’de bu sektörün ilk CE ve TucsaMark belgelerini aldık. Basınçlı kaplar için, AD 2000 W belgesi ile birlikte M39 ve daha büyük çaplı 10.9 kalite çelik yapı civatalarıyla tork kontrollü civataların üretimde yetkinlik belgelerine sahibiz. Firmamız sırası ile ISO EN 14399–4 ve ISO EN 14399–10 HRC gibi yetkinlik belgelerini de aldı. Bunun yanında TSE, ISO 9001, ISO 10002, ISO 14001, ISO 18001 ve GOST gibi gerekli belgelere de sahip olduk. Cıvatacıların korkulu rüyası olan hidrojen kırılganlığı riskini önleyen sürecin patent belgesini almamızla üretici ve kullanıcıların rahat bir nefes alması sağlandı. Firmamız, Türkiye’nin Gama, Tekfen, STFA, ENKA, Çalık, Gama, Güriş, Yapı Merkezi gibi dev müteahhitlik firmaları ile; yurtdışında ise Nordex, Alstom, Siemens, Vestas, Gold Wind, Gamesa, Senvion, GE gibi rüzgar enerji sektörünün devleri ile çalışma başarısını gösterdi.

Devreye aldığınız cıvata-somun sektörünün akredite belgeli tek laboratuvarı hakkında neler söyleyeceksiniz?

Büyük projelerden aldığımız dersler sonucu, ortaya çıkan ihtiyaçlar ve AR–GE merkezimizin çalışmaları sonrasında, ciddi bir altyapı oluşturduk. Laboratuvarımızda bulunan test cihazları ve teknolojik ürünlerle kalite kontrol sürecimizin çıktısı olarak sıfıra yakın hata payı ile bilhassa rüzgar enerjisi sektörüne ait kritik bağlantı elemanları üretiyoruz. Laboratuvarımızda sıfırın altında eksi 150 dereceye kadar düşük sıcaklıklarda çentik darbe testi yapılıyor. Rockwel, Brinnel ve Vickers sertlik ölçme cihazları ile her türlü sertlik ölçümünü gerçekleştiriyoruz. Cıvata gövdeleri ve alınlarının yanı sıra vida dişlerinin de sertleştirme fırınından karbon alışverişi (karbürizasyon–dekarbürizasyon) yapıp yapmadığı da Mikro Vickers sertlik testi yoluyla görülebilir oldu. Spektral Analiz Cihazı ile aldığımız bütün çeliklerin siparişlerimize ve standartlara uygunluğunu kontrol edebilme imkânı bulduk. Tuz Püskürtme Test Cihazı ile elektro galvaniz, çinko lamel, sıcak galvaniz, teflon, Cermacrom gibi standart veya özel kaplamaların, cıvata ve somunlarda 6 bin 500 saate kadar korozyona dayanımlarını saat olarak ölçebilir duruma geldik. Çekme Testi Cihazları ile (600 kN ve 5000 kN) inceltme yapmadan 100 mm çaptaki makine parçalarına veya cıvatalara kopartma testi yapabilen Avrupa'nın tek firması konumundayız. Stereo Mikroskop ile 1150 °C'ye kadar ısıtılıp dövülen cıvata kafalarını keserek makro dağlama yoluyla liflerinin dağılımını, radyüslerdeki hatasızlığını kontrol edebiliyoruz. Çelik yapılarda, rüzgar enerjisi santrallerinde tork testini 30 bin Nm'ye kadar yapabilecek Avrupa'nın en güçlü test cihazına sahip tek üreticiyiz. Bu kapsamlı test cihazlarını her yıl kalibre ettirmeyi ve sertifikalarının alınmasını yeterli görmeyerek, laboratuvarımızı da akredite ettik. Sektörümüzde Türkiye'nin akredite belgeli tek laboratuvarı Berdan'dadır.

Hasan Şemsi

Berdan Cıvata'nın imzasının bulunduğu mega projelerden bahseder misiniz?

Avrupa'nın en uzun köprülerinden biri olan İzmit Körfez Geçiş Köprüsü'nde emeğimiz ve AR-GE'miz var. Köprünün 250 metre yükseklikteki ayaklarını taşıyan her biri 10 metre boyunda ve 780 kg ağırlığındaki ankraj cıvatalarını üreten Berdan, bu iş için Köprü Devi Japon IHI firmasının dünyada yeterlilik verdiği 3 firmadan biri olmaya hak kazandı. Anamur'dan Kıbrıs'a ulaşan 80 km boydaki su boruları için yüksek mukavemetli cıvata çeliklerinden ürettiğimiz flanş cıvatalarını Cermocrom ile kapladık ve bu cıvataları 6 bin 500 saat tuz püskürtme testine tabi tutarak 100-150 yıl arası korozyona dayanıma sahip oldukları kanıtladık. Bu kaplama Berdan Cıvata'ya TANAP gibi uluslararası bir doğalgaz projesinin tüm pompa istasyonlarındaki 2 bin saat tuz püskürtme testine dayanımlı teflon kaplamalı saplama ve somunlarını getirdi. 500 tonluk kapasitesi ile Avrupa'nın en güçlü çekme testi cihazı bizim laboratuvarımızda yer alıyor. Bu kapasite Çin'in, Avrupa'nın ve Amerika'nın rüzgar gülü üreticilerinin dikkatlerini çekmeyi başardı.

Turquality kapsamındaki bir firma olarak gelecekteki hedefleriniz nelerdir?

Türkiye'de sektörün CE belgesi alan ilk firmalarından biri olmamızın yanında Turquality kapsamına da alınan bir işletmeyiz. Buradan alacağımız destekler ile yurtdışındaki büyük projelerde daha fazla yer almak istiyoruz. Özellikle küresel firmalarla çalışmakta olduğumuz RES ve GES projelerine yoğunlaşacağız. Yurtdışında daha etkin olmak için Almanya'da Berdan Befestigungs GmbH şirketimizi kurduk. Kule, jeneratör ve kanatlarla birlikte 200-250 ton ağırlığındaki rüzgar enerji santrallerinin zemininde, beton içerisinde gömülü kalan 3-5 metre boylardaki ankraj saplamalarını da üretiyoruz. 40-50 mm çaplarda, 10.9-12.9 kalitelerde yüksek mukavemetli bu saplamaların yanında, dünya markası olmuş Siemens, Vestas, GE, Goldwind, Enercon, Alstom, Gamesa ve Nordex gibi dev rüzgar gülü üreticilerine ihtiyaçları olan tüm kritik öneme haiz cıvata ve somun gibi ürünlerimizle hizmet veriyoruz. Rüzgar enerji santral kulelerinin tepesindeki jeneratörün 1,5-2 metre sağa/sola esnemesine fırsat veren süneklikteki yüksek mukavemetli 10.9 kalite, sıcak galvaniz kaplı kritik öneme haiz cıvataların üretimlerini de yapıyoruz.

Hangi ülkelere ihracat yapıyorsunuz?

60'ın üzerinde ülkeye ihracat yapıyoruz. Ürünlerimizin yaklaşık yüzde 40'ını Avrupa Birliği'nin sanayileşmiş ülkeleri başta olmak üzere Brezilya, Vietnam, Türkmenistan, Irak, Tanzanya, Arnavutluk ve Dubai gibi birçok ülkeye ihraç ediyoruz. Gün geçtikçe ihraç alanlarımız artıyor.

“İhtisas OSB, Çukurova için ‘umut havzası’ olacak”

Sanayide verimliliği artırıcı yöntemler arasında gösterilen “kümelenme” yaklaşımını hayata geçirmek üzere kurulan Mersin-Tarsus Tarımsal Ürün İşleme İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (TÜİOSB), kentteki yatırım ve istihdam potansiyelini hızlandıracak. Tarsus’un Kurbanlı Köyü mevkiinde 1 milyon 420 bin metrekarelik alanda oluşturulacak sektörel kümelenmenin kentin ekonomik hayatına yeni bir sinerji getirmesi düşünülüyor.

2018 yılında faaliyete başlayan Mersin-Tarsus Tarımsal Ürün İşleme İhtisas Organize Sanayi Bölgesi (TÜİOSB), aynı sektör grubuna ait firmaların işbirliği yapabilme, AR-GE ve test merkezleri gibi pek çok projede ortak çalışmalarına fırsat sağlıyor. Tarsus’un Kurbanlı Köyü mevkiinde 1 milyon 420 bin metrekarelik alan üzerinde kurulan İhtisas OSB, aynı zamanda bölgede ‘umut havzası’ olacak. Altyapı çalışmaları devam eden İhtisas OSB’nin yönetim kurulunca belirlenen “orta vadeli dönemde” faaliyete geçmesi planlanıyor. TÜİOSB Yönetim Kurulu Başkanı Gül Akyürek Balta, girişimcilerin tarımsal ürün işleme ve gıda sektöründe yapacakları sanayi yatırımlarını OSB’de toplayarak, düşük maliyetle ve daha etkin üretim yapacaklarını ifade ediyor. Balta, “Hedefimiz, sanayicilerimiz arasındaki dayanışmayı geliştirerek ‘ortak güç ve başarı’ ilkesi ile dünyaya açılmaktır” diyor.

Gül Akyürek Balta

TÜİOSB Yönetim Kurulu Başkanı Gül Akyürek Balta, sorularımızı yanıtladı:

İhtisas OSB’nin kuruluş amacı hakkında bilgi verebilir misiniz?

Mersin’in yetersiz sanayi alanlarını genişletmek ve yeni bir OSB’yi hayata geçirmek amacı doğrultusunda harekete geçtik. Attığımız bu adımla tarım sektöründe daha düşük maliyetle daha verimli üretim yapmayı ve pazarda rekabet avantajı yaratmayı öngörüyoruz.

İhtisas OSB’de ağırlıklı olarak hangi sektörler yer alacak?

Bölgemizde kuruyemişten kahveye, baharat işlemeden tahin, helva üretimi ve paketlemesine kadar çok geniş bir sektörel faaliyet yer alacak. Bakliyat kurutma, eleme ve paketleme, tütün işleme tesislerini de bünyesinde bulunduracak olan OSB’mizde pastörize likit yumurta, meyve suyu üretimi, meyve özleri, su ürünleri işleme, paketleme ve depolama yapılacak. OSB’mizde tıbbi ve aromatik bitkilerin işlenmesi, bitkisel kozmetik, konserve gıda üretimi gerçekleşecek. Ayrıca tohum eleme, işleme ve paketleme, tarımsal ürün işleme makinaları üretimi gibi geniş bir sektörel çeşitlilikte yatırımcılar için cazip bir merkez olacak.

Sektörel kümelenme firmalara ne tür avantajlar sağlayacak?

İhtisas OSB’de aynı sektördeki firmaların pek çok ortak projede beraber çalışabilecek olmasının yanında teşvikler ve TÜİOSB’nin sunacağı imkânlarla büyük avantajlar sağlayacak. Sektörel kümelenme içinde yer alan yatırımcılar Türkiye sanayisinde de söz sahibi olacak. KDV istisnasından, gümrük vergisi muafiyetine; vergi indiriminden sigorta pirimi işveren hissesi desteğine ve 15 yıl vadeli devlet kredisine kadar pek çok teşvikle desteklen TÜİOSB, aynı imalat sektöründeki yatırımcıları bir araya getiriyor. Böylece ortak aklın yarattığı sinerji ile de öne çıkıyor. OSB’de 5 bin çalışana istihdam sağlanacak. Mersin’e 30, Adana’ya 35 kilometre uzaklıkta olan bölgenin, Çukurova Havalimanı’na 15 kilometre uzaklıkta olması TÜİOSB için pek çok lojistik avantajı da beraberinde getirecek. Bu bağlamda Çukurova bölgesine yapılan yatırımların TÜİOSB ile daha da artacağına, istihdam olanaklarının gelişeceğine inanıyorum.

İhtisas OSB’ye yurt içinde ve yurt dışında gösterilen ilgi nasıl?

Lübnan, Yemen, Suriye ve Ürdün olmak üzere Ortadoğu coğrafyasına kadar geniş bir alanda yabancı yatırımcıların ilgisini çeken bu proje, başta kadınlar olmak üzere binlerce kişiye nitelikli istihdam sağlayacak bölgesel dönüşüm vizyonuna sahip. Mersin’in bölgesel değerini bir değer zinciri haline dönüştürmek için birçok yatırımcıyı ve tüzel kişiliği bir araya getirerek kurulan TÜİOSB, yatırım ve iş geliştirme fikirlerini büyütme ana gayesine sahiptir.

“KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİ VE İSTİHDAMINI ARTIRMAYI HEDEFLİYORUZ”

“Kadın girişimciliğinin ve kadın istihdamının sürdürülebilir bir şekilde arttırılması maksadıyla Kadın Ortak Girişim Fabrikaları (KOGİF) adlı projeyi hazırladık. Bu projeyle kadınların çalışma hayatında yönetici olmalarının önündeki engellerin kaldırılmasını; daha eşitlikçi, iş ve aile yaşamını uzlaştırıcı politikalarla liderlik becerilerini geliştirebilecekleri bir ortamın sağlanmasını öngörüyoruz. Böylece kadınların güçlü ve zayıf yönlerini ortaya çıkararak, onları uzun vadeli hedeflere yöneltmeyi ve en uygun görevlere yönlendirmeyi bu proje içinde sağlayacağız.”

DEN-KA®

DEN-KA

GÜMRÜK MÜŞAVİRLİĞİ LTD. ŞTİ.
LOJİSTİK TAŞIMA TUR. TİC. LTD. ŞTİ.

AJA REGISTRARS
ISO 9001:2008

UKAS MANAGEMENT SYSTEMS
0059

www.denkagumruk.com.tr
444 1 293

MERKEZ
Yeni Mh. 119 Cd. 5309 Sk. No:8
M. Torun İş Mrk. Kat:7 No: 26/27
MERSİN
Tel: 0324 237 41 61 (Pbx)
Fax: 0324 237 41 83

ŞUBE
İSKENDERUN / HATAY
Tel : 0326 614 01 00 (Pbx)
Fax: 0326 614 00 64

ŞUBE
KAHRAMANMARAŞ
Tel : 0344 231 28 73 (Pbx)
Fax: 0344 231 64 49

ŞUBE
GAZİANTEP
Tel : 0342 337 37 20
Fax: 0342 337 37 24

“Mersin ekonomisi için 176 milyon TL’yi harekete geçirdik”

Türkiye’nin ilk iki kalkınma ajansından biri olan Çukurova Kalkınma Ajansı (ÇKA), bölgenin sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınmasını gerçekleştirmek ve rekabet gücünü artırmak için önemli projelere imza atıyor. Çukurova kalkınma ajansı (ÇKA), 12 yıldır Adana ve Mersin’in sosyo-ekonomik kalkınmasında “bölge planları, araştırma ve analiz raporları, yatırım desteği, tanıtım faaliyetleri ve mali destek programları” ile önemli roller üstleniyor.

ÇKA Genel Sekreteri Dr. Lutfi Altunsu, ajansın katılımcı yaklaşımla hazırlanan bölgesel kalkınma planı, yatırım tanıtım stratejileri, sektörel ve tematik analizleri dikkate alarak program, faaliyet ve desteklerini yürüttüğünü belirtiyor. “Ajans faaliyet ve desteklerini ihtiyaç duyulan alt yapı projelerinden KOBİ’lerin yenilikçi projelerine, turizm projelerinden eğitim, danışmanlık ve fizibilite projelerine varan geniş bir yelpaze oluşturmakta. Bu projelere geçtiğimiz yıl ‘Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı’ projesi de eklendi’’ diyen ÇKA Genel Sekreteri Dr. Lutfi Altunsu, Capital’in sorularını yanıtladı:

ÇKA'nın yürüttüğü faaliyetlerden bahsedebilir misiniz?

Bölgesel kalkınma hedefi için sosyal, ekonomik ve mekânsal uyumun planlı bir yaklaşım içerisinde gerçekleştirilmesi düşüncesiyle hareket eden ÇKA, Adana ve Mersin’de dezavantajlı nüfusun yoğunlaştığı ilçelerdeki sosyo-ekonomik sorunlarla fiziksel altyapı sorunlarının tespitini ve bunların giderilmesine yönelik çözüm önerilerini içeren bir analiz ve raporlama çalışmasını tamamlamak üzeredir. Bu çalışmayla paralel olarak, Adana ve Mersin valiliklerimiz koordinasyonunda yürüttüğümüz 2 diğer önemli çalışma ise Güney Adana Kalkınma Programı ve Akdeniz İlçesi Sosyal Bütünleşme Programı ve Eylem Planı’dır. Ayrıca bölgedeki mevsimlik gezici tarım işçilerinin yaşam koşullarının, iyi olma hali perspektifinden hareketle, iyileştirilmesine yönelik bir projeyi de yine sosyal kalkınma alanında geçtiğimiz yıl gerçekleştirdik. ÇKA, bölgenin imkân ve potansiyelinin ortaya çıkartılması ve değerlendirilmesi için çeşitli çalışmalar yürütüyor. Bu kapsamda bölge paydaşlarının katılımı ile hazırlanan 2014-2023 Çukurova Bölge Planı’ndaki ‘stratejik konumunu ve zengin kaynaklarını değere dönüştüren ve Doğu Akdeniz’in lider bölgesi olma’ vizyonu doğrultusunda ‘Mersin ve Adana Araştırma ve İnovasyon Stratejisi (RİS)’ projesi çalışmasına devam ediliyor. Çalışmaları süren Akıllı İhtisaslaşma Makro Stratejisi ve Eylem Planı ve Sektörel Stratejileri kapsamında önümüzdeki dönemde kapsamlı değer zinciri analizleri ve ekosistem analizi ile sektörel yol haritalarının çıkarılması hedefleniyor. Çukurova’da inovatif girişimciliğin teşvik edilmesi ve girişimci dostu bir ekosistemin oluşturulması hedefi doğrultusunda araştırma, strateji oluşturma çalışmaları ile çeşitli organizasyonlar da düzenliyoruz.

Mersin ekonomisini değerlendirir misiniz?

Mersin, içinde bulunduğu Akdeniz Bölgesi’nde büyüme odağı olarak ön plana çıkan; ticareti, sanayisi ve turizmi ile bölgedeki ekonomik aktiviteye yön verirken Çukurova’nın verimli toprakları sayesinde sanayide ihtiyaç duyulan bitkisel ürünlerin üretildiği, işlendiği ve dünyaya pazarlandığı bir merkez konumundadır. Yaklaşık 1.5 milyar dolar ihracatı ve 2.7 dolar dış ticaret hacmi ile Mersin, lojistik gibi stratejik sektörlerde de ülke ekonomisine önemli katkılar sunuyor. Özellikle yaş meyve ve sebzenin öne çıktığı bitkisel üretim ve buna dayalı gelişen gıda ve içecek imalatı sektörü Mersin ekonomisinde önemli yer teşkil ediyor. Türkiye geneline bakıldığında ilimiz, yaş meyve sebze ve narenciyede hem üretim hem de ihracatta en üst sıralarda yer alıyor. Muz, çilek, limon, şeftali, erik ve biber

Dr. Lutfi Altunsu

üretiminde ilk sırayı alan Mersin, greyfurt ve sofralık salatalık üretiminde 2'nci, mandalina üretiminde ise 3'üncü sıradadır. Gelişmiş tarımsal ve endüstriyel faaliyetlerin yanı sıra lojistik de Mersin ekonomisinde öne çıkan sektörlerden biri. Lojistik alanında Mersin hinterlandında üretilen ürünlerin dış pazarlara açılmasını sağlayan bu liman son yapılan genişleme çalışmasıyla birlikte 2.6 milyon TEU'yu aşan toplam konteyner kapasitesine ulaştı. Dünyanın ilk 100 limanı arasında yer alan ve Türkiye'nin en büyük iki limanından biri olan Mersin Uluslararası Limanı ve Türkiye'nin ilk serbest bölgesi olan Mersin Serbest Bölgesi, kentte lojistik sektörünün gelişmesine ve ticaret kültürünün yerleşmesine imkân sağladı. Kent ekonomisi için turizm sektörü de önemli bir potansiyele sahip. Mersin, 321 km'yi bulan kıyı uzunluğu, tarihi kalıntıları, kültür ve inanç turizmi, Torosların eşsiz doğasıyla farklı türlerde uluslararası düzeyde değere ve potansiyeliyle dikkat çekicidir.

Mersin hangi alanlarda gelişme potansiyeli taşıyor?

Mersin sanayisinin rekabetçilik düzeyi analiz edildiğinde 'gıda ürünleri ve içecek imalatı, metalik olmayan mineral ürünler, kimyasal ürünlerin imalatı, kauçuk ve plastik sektörlerinin' kentte öne çıktığını görüyoruz. Ülke genelinde sanayiden elde edilen katma değerin bölgeler düzeyindeki dağılımına göre Mersin, Adana ile birlikte TR62 Bölgesi olarak Türkiye'nin yüzde 3'ünü oluşturuyor. Mersin ekonomisinin en önemli sacayaklarından biri olan lojistik sektöründe ise kent, uluslararası düzeyde öne çıkan bir merkez konumunda. İlki Mersin'de yapılan, Türkiye'nin ve Avrupa'nın en büyüğü olan Mersin Şehir Hastanesi'nin açılışıyla kentimiz sağlık alanında da cazibe merkezi haline geldi. Ortadoğu, Kafkaslar ve Orta Asya ülkeleri gibi hedef pazarlara yönelik sağlık turizmini önemsiyoruz. Bölgemize katma değer katacak bu tür projelere ÇKA olarak mali destek programları kapsamında destek veriyoruz. Sektörel bazda ulusal ve uluslararası fuara katılıyoruz. Kentin turizm ve yatırım potansiyelini fuar ve etkinliklerde tanıtmaya çalışıyoruz. Hâlihazırdaki ilişkileri güçlendirmek, yeni iş bağlantıları oluşturmak, doğrudan yabancı yatırımcı çekmek, ilimize dair algı oluşturmak ve farkındalık yaratmak amacıyla zirve, panel, forum ve ikili iş görüşmeleri gibi etkinlikler gerçekleştiriyoruz. Bu kapsamda bugüne kadar Suudi Arabistan, Katar, Dubai, Yemen, Hindistan, Pakistan ve daha pek çok ülkeden iş insanını ilimizde ağırladık, ağırlamaya da devam edeceğiz.

Özellikle mali destek programı çerçevesinde destek vermiş olduğunuz firmalarda istihdam, üretim ve ihracatta ne tür farklılıklar yaratılmış oldu?

Çukurova Kalkınma Ajansı, KOBİ'lerin rekabet güçlerinin artırılması ve bölgenin üretim alt yapısının geliştirilmesine yönelik küçük ölçekli alt yapı projeleri dahil olmak üzere 2008 yılından bugüne kadar 23 ayrı mali destek programı kapsamında Mersin için 350 projeye destek sağladı. Bu kapsamında yaklaşık 86 milyon TL finansman sağlayarak, eş finansmanla birlikte yaklaşık 176 milyon TL Mersin ekonomisi için harekete geçirildi.

Ajans, araştırma ve planlama çalışmaları ile fizibilite benzeri ön çalışmalar gibi faaliyetleri desteklemek için yürüttüğü doğrudan faaliyet destekleri kapsamında 2012 yılından beri 23 projeye destek vererek eş finansmanla birlikte yaklaşık 1,5 milyon TL kaynak kullandırdı. Güdümlü proje desteği kapsamında 2017 yılında sözleşmeye bağlanan ve bir tanesi süren 2 projeye yaklaşık 3,8 milyon TL finansman sağladı, eş finansmanla birlikte yaklaşık 5,5 milyon TL kaynağın Mersin için yatırıma dönüştürülmesi tahmin ediliyor. Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı kapsamında sözleşmeye bağlanan ve süren 3 projeye yaklaşık 21,5 milyon TL finansman sağladı, eş finansmanla birlikte yaklaşık 23 milyon TL kaynağın yatırıma dönüşeceğini tahmin ediyoruz. 2018 yılı Mali Destek Programı kapsamında 17 proje ile sözleşmeye yapıldı. Projelere yaklaşık 7,5 milyon TL destek sağlandı. Eş finansmanla birlikte yaklaşık 13 milyon TL kaynağın Mersin ekonomisi için yatırıma dönüşmesini bekliyoruz.

“Konteyner işlem hacmiyle ilk sıraya yerleştik”

Mersin Uluslararası Limanı (MIP), yılın ilk dokuz ayında 1 milyon 236 bin TEU konteyner elleçleyerek yeni bir rekora imza attı. MIP böylece, Türkiye’nin en büyük konteyner limanı olarak birinci sıraya yükseldi. MIP Genel Müdürü Johan Van Daele, bu başarıda 2016 yılında hizmete sunulan EMH 1 Terminali’nin büyük rol oynadığını, önümüzdeki 5 yıl içinde 450 milyon dolarlık yatırımın da limana kazandırılacağını ifade ediyor.

2007 yılına kadar Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) tarafından işletilen Mersin Limanı’nın işletme hakkı, Özelleştirme İdaresi tarafından 11 Mayıs 2007 tarihinde 36 yıl süreyle Mersin Uluslararası Liman İşletmeciliği A.Ş.’ye (MIP)’ye verildi. O tarihten sonra da büyümesini sürdüren Mersin Limanı, bugün konteynır işlem hacmiyle ilk sıraya yerleşti.

İthalat ve ihracatta bekleme sürelerini kısaltacak Gümrük Entegrasyonu ve ilk kez MIP'te hayata geçirilen ve liman güvenliği açısından önem taşıyan ‘Konteyner ve Liman Takip Sistemi’nin sayesinde dünya liginde rekabeti artıracak çok önemli projelerle her geçen gün daha da büyüdüklerini ifade eden MIP Genel Müdürü Johan Van Daele, “MIP’in, Doğu Akdeniz'in lider limanı olma konumunu korumak ve daha da güçlendirmek için çalışıyoruz” diyor.

Mersin Limanı’nın, dünya ticaretinin rekabetçi pazarında önemli bir oyuncu olduğunun altını çizen Van Daele, Capital dergisinin sorularını yanıtladı.

Mersin Uluslararası Liman İşletmeciliği (MIP), yılın ilk 9 ayında konteyner işlem hacmiyle Türkiye’nin en büyük konteyner limanı olarak 1’inci sıraya yerleşti. Bu başarıyı nasıl açıklarsınız?

Mersin Limanı’nda ilk 9 ayda bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 6 artışla 1 milyon 236 bin TEU konteyner elleçlendi. Bu, MIP tarihinde aynı zamanda yeni bir rekordur. Kaydedilen başarıda 2016 yılında hizmete sunduğumuz EMH 1 Terminali büyük rol oynadı. Önümüzdeki beş yıl içinde profesyonel hizmetimizi daha da geliştirmek ve bölgedeki liman kullanıcılarının beklentilerini en üst standartlarda karşılayabilmek için 450 milyon dolar yatırım yapmayı planlıyoruz.

Türkiye’nin potansiyeline ve hinterlandın gelişimine duyduğumuz güvenle yeni yatırımlarımıza aralıksız devam ediyoruz. MIP’in bölge deniz taşımacılığının merkezi konumunu koruması için, liman tesislerini global ölçekte inşa edilen 20 bin TEU ve üstü kapasiteli gemilere hizmet verebilecek seviyeye yükseltmek üzere hazırlıklarımıza başladık.

MIP olarak 2018’de hizmette verimliliği artırmak için hangi yatırımları gerçekleştirdiniz?

Bu yıl operasyonel verimliliği artırmak amacıyla 1 adet rıhtım vinci, 5 adet saha vinci, 3 adet reach stacker ve 3 adet boş konteyner istif makinesi yatırımı yaparak, operasyona kazandırdık. Ekipman yatırımlarımız yanında genişleme yatırımlarımız da devam ediyor. 2016 yılının Ağustos ayında hizmete sunulan EMH Terminali'nin 1’inci aşamasıyla kapasitemiz 1,8 milyon TEU'dan 2.6 milyon TEU konteyner ve 10 milyon ton konvansiyonel yük hacmine çıktı. MIP, toplam 3 bin 370 metre rıhtımda aynı anda 30 gemiyi ağırlayabiliyor.

BİRİMLER

ELLEÇLEME: Ağırlıklı olarak gemi taşımacılığında kullanılan terim; gümrük gözetimi altındaki eşyanın asıl niteliklerinin değiştirilmeden hareket ettirilmesi, yerinin değiştirilmesi, taşınması.
TEU: 20 fee uzunluğunda konteyner ölçüsü.

MIP'in Doğu Akdeniz'in lider limanı olma konumunu korumak ve daha da güçlendirmek yönündeki çabalarınızı biraz daha açabilir misiniz?

MIP olarak bu hızlı gelişimin paralelinde dünya ligindeki rekabet gücümüzü artıracak, ihracatçı ve ithalatçılarımıza zaman ve maliyet avantajı sağlayacak inovatif projeler geliştirmeye devam ediyoruz. Bu anlamda en önemli gelişmelerden biri, ithalat ve ihracatta bekleme sürelerini

kısaltacak Gümrük Entegrasyonu'nun sağlanması oldu. Pilot liman seçilerek ilk kez MIP'te hayata geçirilen 'Konteyner ve Liman Takip Sistemi' sayesinde Gümrük İdaresi Sistemi ile MIP Terminali İşletim Sistemi entegre edildi. Böylece gümrük denetimlerinin etkinliği arttı, limana gelen-giden konteynerlerin, liman içi hareketleri dahil olmak üzere etkin bir şekilde izlenmesi ve sağlıklı istatistik üretilmesi mümkün hale geldi. Bunun yanı sıra ihracattaki muayene süreçlerinin kısaltılması amacıyla yaptığımız 'Konteyner Tarama' yatırımının da operasyona son derece olumlu yansımaları oldu.

Johan Van Daele
MIP Genel Müdürü

Önümüzdeki döneme dair hedeflerinizden söz edebilir misiniz?

Tüm paydaşlarımızın desteğiyle limana en doğru yatırımları yapmayı amaçlıyoruz. Stratejik konumumuzun avantajını limanımız, bölgemiz ve hinterlandımız için kalıcı bir varlığa dönüştürmek yatırımlarla mümkündür ve sürekli gelişmekte olan bir pazarda yatırım kesinlikle gereklidir. Ancak bu sayede Mersin'in, 'Doğu Akdeniz'in önde gelen limanı' olma hedefine ulaşmasını sağlayabiliriz.

Rakamlarla MIP'i bize anlatır mısınız?

MIP, dünyanın en büyük konteyner limanları arasında 92'nci sırada yer alıyor. Türkiye'de lokal yük hacmiyle ve çok amaçlı bir liman olarak konvansiyonel yük hacminde lider konumda bir limandır. MIP, yeni ekipman yatırımlarıyla birlikte 12 rıhtım vinci, 5 mobil vinç, 38 RTG, 120 terminal traktör, 13 reach stacker ve konvansiyonel yük elleçlemesinde kullanılan 7 kuru dökme yük vinciyle zengin bir ekipman parkına sahiptir. Bütün bu olanaklarıyla 112 hektar alanda tüm yük çeşitlerine hizmet verebilecek donanıma sahiptir.

Hangi bölgelere hizmet veriyorsunuz?

MIP hinterlandı içinde sadece Türkiye coğrafyası değil KKTC, Orta Asya, Irak, Iran ve Suriye bağlantı noktaları da yer alıyor. Türkiye'de ise Doğu Akdeniz, İç Anadolu, Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgeleri hizmet alanı olarak öne çıkıyor. Hinterlandın hemen hemen hepsine kara ve demiryolu ile bağlantımızın olması, limanımızı intermodal operasyonlar açısından da önemli bir noktaya getirmiş durumda. Hinterlandımızın yüksek tarım potansiyeli, MIP'yi yaş sebze, meyve ve işlenmiş tarım ürünleri ticaretinde de önemli bir yere taşıyor. Bu unsurları göz önünde tutan dünyanın önde gelen tüm acenteleri MIP'ye mutlaka uğramak istiyor. Dolayısıyla MIP'nin servis ve bağlantı ağı gün geçtikçe gelişip, değişiyor. Artan ticaret ile birlikte aktarmalı olarak yapılan servisler, direkt bağlantılı servislere dönüşüyor; bu da bölgeye maliyet ve hız avantajı olarak geri dönüyor.

Birçok bölgesel paydaşlarınız var. MIP'nin bölge ekonomisindeki rolünü biraz anlatır mısınız?

Mersin Limanı kurulduğu günden bu yana Mersin bölgesinin ulaşım altyapısının iyileştirilmesine fayda sağlamakla kalmamış aynı zamanda ekonomik gelişmenin de lokomotifi olmuştur. Mersin'in bir liman kenti olmasıyla kurulmuş Organize Sanayi Bölgeleri, Serbest Bölge, Gümrüklü/Gümrüksüz depolar ve diğer paydaşlarla birlikte Mersin ve hinterlandı için benzersiz bir lojistik ekosistem oluştu. Kent, aynı zamanda tarım üretiminde önde gelen Çukurova bölgesinin dünyaya açılan kapısı durumunda. Bölgede üretilen narenciye ve pamuğun dünyaya pazarlanmasında en önemli unsur olmasının yanında, burada işlenen mamul ve yarı mamullerin ihracatında da liman büyük rol oynuyor. Diğer taraftan MIP, hinterlantta yer alan önemli yer altı kaynaklarının mamul, yarı mamul ya da hammadde olarak dünyaya ulaştırılmasını sağlamaktadır. Bugün 1900'e yakın doğrudan çalışanımızın olduğu düşünülürse, sağladığımız direkt ve dolaylı istihdam, yarattığımız iş ortamı kente ve ülkeye katma değer sağlıyor. Yaptığımız ve yapacağımız yatırımlar sayesinde Mersin'le birlikte büyümeyi önemsememizin yanında, paydaşlarımızın ihtiyaçları doğrultusunda hizmetlerimizi geliştirmeye devam etmekteyiz.

2007 YILINA KADAR LİMANI TCDD İŞLETTİ

2007 yılına kadar Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) tarafından işletilen Mersin Limanı'nın işletme hakkı, Özelleştirme İdaresi tarafından 11 Mayıs 2007 tarihinde 36 yıl süreyle Mersin Uluslararası Liman İşletmeciliği A.Ş.'ye verildi. İmtiyaz sözleşmesi gereği 2043 yılına kadar limanın işletme hakkını devralan MIP, taşıdığı sorumluluğun bilinciyle, bu süreye kadar Mersin Limanı'nı Akdeniz'in en güçlü aktarma limanlarından biri haline getirmek için çalışıyor.

“Radyatör ve havlupan üretimine başlayacağız

Mersin’de ısıtma, soğutma, mekanik ve doğalgaz tesisatı, radyatör cihazları alanlarında faaliyet gösteren Otto Doğalgaz, her geçen yıl sektördeki konumunu güçlendiriyor. Türkiye’deki büyük markaların Mersin bayiliğini alan firma, son 8 yılda 10 bin müşteriye ulaşma başarısını gösterdi. 1917 yılında Almanya’da kurulan dünya devi Viessmann’ın da bölge bayiliğini alan Otto Doğalgaz, 2017’de 8 milyon TL ciroya ulaştı.

Bünyesindeki uzman ekibiyle kombi, kazan, ısı pompası, PV panel, klima ve endüstriyel buhar kazanları gibi geniş bir ürün yelpazesi ile müşterilerine modern dünyanın yenilikçi çözümlerini sunan Otto Doğalgaz, büyümesini sürdürüyor. 2017’de 8 milyon TL ciroya ulaşan şirket, 800 metrekare alan üzerinde yer alan showroomda ısıtma-soğutma sektöründeki son teknoloji ürünleri çalışır şekilde sergiliyor. Bu showroomda yenilenebilir enerji grubundaki ısı pompaları, güneşten elektrik üreten fotovoltaik panel sistemlerine ağırlık vereceklerini söyleyen Otto Doğalgaz Genel Müdürü Bora Delibaş, Capital’ın sorularını yanıtladı:

Bora Delibaş

Firmanızın kuruluş hikayesini anlatabilir misiniz?

2000 yılında Mersin Üniversitesi Makina Mühendisliği Bölümü’nden mezun oldum. Mezuniyet sonrası yaklaşık 10 yıl kadar Ankara’da ısıtma-soğutma ve doğalgaz sektöründeki çeşitli firmalarda satış mühendisi-servis müdürü ve yönetici olarak çalıştım. 2010 yılında Mersin’de Otto Doğalgaz firmasını kurdum. Şu anda 5’i beyaz yakalı olmak üzere yaklaşık 40 personelimizle sadece Mersin bölgesinde faaliyet gösteriyoruz.

Kısaca hizmet alanlarınızdan bahsedebilir misiniz?

Tüm konut projelerinde kirli su, temiz su, ısıtma tesisatı, doğalgaz ve yangın tesisatı uygulamalarını gerçekleştiriyoruz. Endüstriyel doğalgaz ve CRG tesisatı konusunda Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi’nde hizmet veriyoruz. Kurulumlarımız sonrası müşteriye 2 yıl montaj garantisi sunuyoruz.

Halkın doğalgaz kullanımı konusunda neler söyleyeceksiniz?

Çukurova bölgesinde doğalgaza ilgi giderek artıyor. Ancak halen istenilen noktada değil. Daha ekonomik ve güvenli olan doğalgaz konusundaki bilinç geliştikçe tüketimin artacağına inanıyorum.

Vatandaşlar tesisat kurulumu sırasında firma tercihinde nelere dikkat etmelidir?

Tüketicilerin bir sıkıntı yaşamaması için doğalgaz tesisatlarını yerel gaz dağıtım firmasından yetki almış şirketlere yaptırmaları gerekir. Bu işi merdiven altı firmalara yaptıranlar ilk başta karlı çıktıklarını düşünebilirler; ancak sonrasında sorun yaşayınca daha ağır bedel ödemek zorunda kalabilirler. Enerji her geçen gün daha fazla değerleniyor. Tüm müşterilerimize yeni nesil yoğuşmalı cihaz kullanmalarını tavsiye ediyoruz. Ayrıca sistemlerini oda termostatı, termostatik radyatör vanası ve çeşitli otomasyon sistemleri ile daha verimli hale getirmeye çalışıyoruz. Bu ekipmanlar yatırım maliyelerini artırıyor ama; bir süre sonra bu yatırımın geri dönüşü de oluyor.

2018 yılını nasıl geçirdiniz? Önümüzdeki yıllar için hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

2018 yılında inşaat sektöründe arz ve talep dengesinin bozulması doğal olarak işlerimizi etkiledi. Talebin üzerinde konut imal edildi. İmalat fiyatları çok yükseldi. Fiyat artışı ile beraber cirolarımız arttı. Fakat adetsel ve karlılık oranlarında yüzde 25 gibi ciddi bir düşüşümüz söz konusu oldu. Yatırımcının ticari olarak etkilenmesine paralel olarak biz mekanik firmaları da finansal anlamda kötü etkilendik. Döviz kurlarında aşırı yükselme, mevcut. Devam eden TL sözleşmelerinde bizi zarar noktasına getirdi. Bu zor günlerin geçeceğine inanarak yatırımlarımıza hız kesmeden devam ediyoruz. 2019 yılında yeni şubeler açarak ciromuzu artırmaya çalışacağız. Önümüzdeki bir, iki yılda bazı yeni yatırımlar için adımlar atıyoruz. Bu doğrultuda radyatör ve havlupan üzerine çalışmalar yapıyoruz. En geç 2021’de Mersin’de üretim yapmayı planlıyoruz.

Hizmet kalitesi açısından sizleri rakiplerinizden ayrılan yanlarınız var mı?

Otto Doğalgaz olarak sektörde yurtiçi ve yurtdışı fuarlara ziyaretçi olarak katılıyoruz. Firmamızın gelecek yıllar planları doğrultusunda yüzde 100 müşteri memnuniyetine büyük önem veriyoruz. Aksagaz ve EPDK belgelerine sahip bir firmayız. Ayrıca Enerji Bakanlığı’nın Enerji Yöneticisi belgesine ve Makine Mühendisleri Odası’nın verdiği tüm mekanik tesisat belgelerine sahibiz.

INAVEL LIGHTING

Aydınlatma Uygulama

Limonluk Mah. İstemihan Talay Cad. 1/B Yenişehir / MERSİN

Tel: 0324 332 03 50

"Led'li aydınlatma ürünleriyle maksimum verim sağlanıyor"

Dış aydınlatmada profesyonel çözümler üreten Mersin Powerled, her yıl ortalama yüzde 25 ila 40 oranında büyüyerek sektördeki yerini güçlendiriyor. 2017'de yüzde 40 civarında büyüme gerçekleştiren firma, toplam 1,5 milyon TL'lik ciroya ulaştı. Markasını oluşturarak pazarda saygın bir yer edinen Mersin Powerled, sahip olduğu deneyim ile şehrin ve bölgenin aydınlatma faaliyetlerinde aktif rol oynuyor.

Dış aydınlatmada kullanılan led'li armatür imalatı, montaj ve satışı ile binaların dış cephe aydınlatmaları alanında faaliyet gösteren Mersin Powerled, 2009 yılında aile şirketi Tekeli İnşaat firmasında aydınlatma ürünlerinin satışıyla sektöre adım attı. Daha sonra 2012 yılında Mersin Powerled ismi ile aydınlatma ürünlerinin imalatı ve montajına başladı. Pazar araştırması ve değerlendirmelerine hız veren Mersin Powerled, yenilikçi çözümler üreterek taleplerin sürekliliğini sağlıyor. "Aydınlık kent" felsefesiyle hareket ettiklerini belirten Mersin Powerled yetkilisi Birkan Uğuz, "Güvenilir marka olma yolunda ilerleyen firmamız pazar talebini ve her geçen gün farklılaşan müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilmek için teknolojiyi yakından takip ederek ürün geliştirmeye odaklanıyor. Günümüzün ihtiyaç ve beklentilerini göz önünde bulundurarak, getirdiği yenilikler ve satış sonrası sağladığı teknik destekle uzun yıllar tercih edilen bir firma profili çizmeyi hedefliyor" diyor.

Birkan Uğuz

Birkan Uğuz, Capital'in sorularına şu yanıtları verdi:

Üretim tesisleriniz, ürünleriniz ve hizmetleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Halen 13 kişilik profesyonel teknik bir ekiple çalışmalarımızı sürdürüyoruz. İç, dış ve mimari aydınlatma alanında hizmet sunan firmamızın ofis kısmı hariç üretim alanı, malzeme deposu ve daha ağır işlerin yapıldığı bir atölyesi var. Sektörün projelendirme, ürün imalatı ve ürün montajı taleplerini karşılayan bir hizmet veriyoruz. Projenin her adımını üstlenip, bir bütün olarak yapma ve işlerimizle müşterilerimizi memnun etme amacındayız.

Faaliyet gösterdiğiniz alanda pazar koşulları hakkında bilgi paylaşabilir misiniz?

Dünyada artık tüketiciler alacağı ürünlerin kendisine ne kadar tasarruf sağlayacağı konusu üzerine yoğunlaşıyor. Led'li aydınlatma ürünleri kullanıcılara enerji tasarrufu ve verimlilik konusunda önemli avantajlar sağlıyor. Sektör tüm dünyada ciddi bir pazar payına sahip. Maksimum verim ve uzun ömürlü özelliğiyle led'li aydınlatma ürünleri artık yenilenebilir enerji kaynakları arasında sayılıyor.

Pazarda sizi rakiplerinizden farklı kılan yanlarınız nelerdir? Sürdürülebilir büyüme ve çevreye duyarlı üretim konusunda neler söylersiniz?

AR-GE çalışmaları, tasarım ve teknolojilerde 'verimlilik' hedeflenir. Firmamızın verimlilik ve müşteri odaklı çalışmaları pazarda bizi bir adım öne çıkartıyor. Firmamızın büyümesi ve pazar hacmi ürünlerin 'uzun ömürleri' ve 'maksimum verim' üzerine kurulu olduğu için kesinlikle sürdürebilirlik sağlanıyor. Bütün ülkelerin yoğunlaştığı yenilenebilir enerji konusunda 'güneş enerjisi' projesi ile ilk adımı attık. Güneş enerjisi ile çalışan aydınlatma ürünlerine yoğunlaştık. İmalatını gerçekleştirdiğimiz ürünlerin yenilenebilir enerji kaynaklı olması noktasında ciddi yatırımları hayata geçiriyoruz.

Büyüme hedefleriniz konusunda neler söyleyeceksiniz?

Firma olarak her yıl yüzde 25 ila 40 arasında büyüme oranına sahibiz. 2017'de bu oran yüzde 40 civarlarında gerçekleşti. Hammadde ve komponentleri piyasadan dolar ve Euro olarak alıyoruz. Döviz kurunda yaşanan artış imal ettiğimiz ürünlere de yansıdı. Kullanıcılar bir aydınlatma projesi yaptırırken veya bir aydınlatma ürünü alırken iki defa düşünmek zorunda kalıyor. 2018'de yüzde 25 ila 40 arasındaki büyüme hedefimize rağmen yılın 9 ayında yüzde 10 oranında bir büyüme gerçekleştirebildik.

"AYDINLATMA CİDDİ BİR İŞTİR"

"Aydınlatma konusuna artık daha çok önem verilmeli. Tüketiciler özellikle led'li aydınlatma ürünleri tercih etmeli. Ancak tasarlanan projelerde kullanılan aydınlatma ürünleri kendini ispatlamış, markalı ve en önemlisi de ISO, CE gibi sertifikalara sahip olmalıdır. Bu kullanıcılara daha uzun ömürlü ve daha verimli bir ürün olarak geri dönecektir.

öner

ŞİRKETLER GRUBU

SINCE 1959

PERFORMANS GÜBRE
FERTILIZERS

1959 yılından beri yaptığı üretim ile, Türkiye'nin tarım ürünleri ihracatına başlayan ilk firmalardan biri olan **Öner Grup**, zaman içinde üretimini 4000 dekara çıkarmış, hem üretimde hem de ihracatta Türkiye'nin en gözde firmalarından biri olmuştur.

Tarımda; üretimden ihracata her noktada var olan **Öner Grup**, bu bilgi birikimi ile yine tarıma yatırım yaparak **Performans Gübre**'yi kurmuştur. En son teknoloji kullanılarak, hem Türkiye hem de ihracat pazarlarına sunulan **Performans Gübre**, üretim bandından çıkan tüm ürünleri analiz edilerek sevk edilmektedir.

www.oner.com.tr

İletişim
Palmiye Mh. İsmet İnönü Blv. Merkon Sit.
B Blok NO:53/BA Yenişehir / MERSİN
T: +90 324 232 52 60
F: +90 324 231 45 40
oner@oner.com.tr
onergrup

Bonavitro	Performans	öner EXPORT-IMPORT	ÖNMAD MINING	CONCEPT AGRO	STA	THE GOURMET line	Pure drop	öner WAREHOUSING
Doku Kültürü ile Fidan Üretimi	Gübre	İthalat-İhracat	Madencilik	Tarım	Gıda Analizi Laboratuvarı	Gıda	Bitkisel Yağ	Antrepo Hizmetleri

“2018’de yüzde 20 ciro artışı hedefliyoruz”

Mersin'in Tarsus İlçesi'nde 1988 yılında kurulan ve gıda, depoculuk, konut, akaryakıt, inşaat gibi çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren Hıdıroğlu Şirketler Grubu, "kalite ve hijyeni" ön planda tutarak üretimlerinin çoğunluğunu yurt dışı pazarlara yönelik gerçekleştiriyor. "Milli ve bölgesel" kalkınmaya önem veren Grup, aynı zamanda Türkiye'nin un sektöründe önde gelen firmalarından biri olarak dikkat çekiyor. 30 bin metrekare alan üzerindeki tesislerinde 600 ton kapasiteye sahip olan Hıdıroğlu Un Sanayi; buğday unu ana ürün olmak üzere; ruşeym, kepek, bon kalite, razmol ve yem yan ürünlerinin üretim ve ihracatını yapıyor.

Her yıl Kurumlar Vergisi Mükellefleri Listesinde ilk 10 firma arasına girmeyi başaran Hıdıroğlu Un Sanayii, 2018 yılı sonunda en az yüzde 20 ciro artışı hedefliyor. Kullanılan makine ve teçhizatın verimini arttırmak ve müşteri memnuniyetini üst düzeyde tutmak üzere sürekli tesislerini yenileyen firma 100 bin ton buğday depolama kapasitesine sahip. Grup, 2017 yılında hammadde depolama kapasitesini arttırmaya yönelik ek çelik silo inşaatını yaparak 25 bin tonluk yeni siloyu faaliyete geçirdi.

Hıdıroğlu Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Üyesi Dr. Duygu Hıdıroğlu, Birleşmiş Milletler, Goal, AFAD gibi tanınmış birçok uluslararası yardım organizasyonunun ve kurumun resmi gıda tedarikçisi olduklarını ifade ediyor. Hıdıroğlu, "Firmamız üretiminin yaklaşık yüzde 90 ile ihracat taleplerini karşılamakta. Uluslararası piyasalarda Hıdıroğlu Flour Mills adıyla Uzakdoğu, Ortadoğu, Afrika ve Orta Amerika gibi pazarlarda oldukça tanınmış bir markayız" diyor.

Parlak eğitim kariyeri sonrası aile şirketinde yönetici sorumluluğunu üstlenen Dr. Duygu Hıdıroğlu, ekonomik sıkıntılardan, markalaşmaya; sektörün sorunlarından kadınların iş yaşamındaki rolüne kadar çeşitli konularda dergimiz Capital’in sorularını yanıtladı:

Üzerine çalıştığınız yeni bir ürün ya da ürün grubu var mı?

Şu an ağırlıklı olarak ekmeklik buğday unu üzerine üretim yapmaktayız. Önümüzdeki dönemde lüks un grubunda yer alan baklavalık, yufkalık gibi buğday unlarının üretimini yapmayı planlıyoruz.

Markalaşma sürecinizde hangi çalışmaları yürütüyorsunuz?

Markalaşmak kalite ve güven esasına dayanır. 1940'lı yıllarda temelleri atılan firmamızın yıllar içinde kazanmış olduğu güven ve itibarla markamız oluşmuştur. Sürdürdüğümüz istikrarlı büyüme ve öz kaynaklarımızla üretim ve istihdam sonucunda markamız her geçen yıl daha çok prestij kazanıyor.

Sektörün sorunları ve bunlara ilişkin çözüm önerileriniz nelerdir?

Yurt içinde yıllardır üretilen buğdayın yüzde 60-70'lik kısmında kalite sorunu var. Kalite probleminden dolayı oluşan hammadde sıkıntısı ithal buğdayla giderilmeye çalışılıyor. Her ne kadar devlet tohumu iyileştirmeye yönelik tarımsal politikalar ve süne zararlısıyla mücadele gibi konularda adımlar atsa da bu istenen oranda çözüm olmuyor. Ayrıca un üretimindeki kapasite fazlalığı sektör içinde haksız rekabete yol açıyor. Bundan dolayı birçok firma unun kalitesi ve hijyeninin standartlarını düşürüyor. Gıda denetimlerinin arttırılması ve oluşan haksız rekabetin çözümüne yönelik politikalar geliştirmesi gerekir.

Son aylarda yaşanan ekonomik daralma un sektörünü nasıl etkiledi?

Belirsiz piyasa koşullarında ayakta durmak kolay değil; fakat imkansız da değil. Ülkemiz ekonomisini olumsuz etkileyen küresel gelişmeler ve iç dinamikler nedeniyle hassas bir dönemden geçiyoruz. Dolayısıyla bu dönemde yeni adımlar atmak oldukça riskli. Ancak yeni politika ve teşviklerin uygulanmasıyla bu olumsuz koşullar fırsata çevrilebilir. Ekonomi yeniden dengelenerek, sürdürülebilir büyüme sağlanabilir. Bu süreçte yapılacak en önemli şey piyasa takibidir. Bunu başarıyla uygulayan; en önemlisi de yabancı para birimleriyle borçlanmayan ihracatçı firmalar büyük bir sıkıntı yaşamayacak. Bu süreçte biz firma olarak temkinli adımlarla mevcut potansiyelimizi koruyarak; sene başında koyduğumuz yüzde 20 ciro artışı hedefimizi yakalamaya çalışıyoruz.

Siz yönetici sorumluluğunu üstlendikten sonra organizasyon yapısında ne tür değişikliklere yaptınız?

Organizasyonda yeniden planlamalara gidildi. İş süreçleri geliştirildi. Farklı bir bakış açısıyla problemlerin çözümüne yönelik yeni fikirlere ulaşıldı. Özellikle muhasebe ve finans gibi titizlik isteyen konularındaki eksiklikler belirlenerek; işletmelerdeki etkinlik arttırıldı.

Şirketinizde kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık yapıyor musunuz? İşletmenizde kaç kadını istihdam ediyorsunuz?

Dr. Duygu Hıdıroğlu

İş dünyasında kadın erkek cinsiyetinden ziyade, insan kimliğinin önde olması gerektiğine inanıyorum. Bana göre pozitif ayrımcılık yapılması oldukça yanlış. Kadınların en az erkekler kadar başarılı olabilmeleri mücadeleci bir ruha sahip olmalarından geçiyor. Cinsiyetinden dolayı kolaylık gösterilmesini ve destek görmeyi bekleyen kadının yaptığı işte başarılı olması oldukça güçtür. Kadın veya erkek olsun fark yaratmak mücadeleden ve sabırdan geçer. Bunu başaran her insanın önünde hiçbir engelin durabileceğine inanmıyorum. Şirketimizde 6 mavi yaka, 7 beyaz yaka olmak üzere toplam 13 kadın çalışmakta. Bunlardan 2'si yönetim kademesinde yer alıyor.

İş yaşamınızda karşınıza çıkan engelleri nasıl aşıyorsunuz?

Karşısına çıkan engelleri ve olumsuzlukları kendine başarılı olmak için motivasyon kaynağı haline getiren biriyim. Engeller beni yıldırmaz; tam tersi başarma azmimi arttırır. Dolayısıyla genelin "engel" diye nitelendirdiği olumsuzlukları ben engel olarak değil; "fırsat" olarak değerlendiriyorum. Bunlarla savaşıp demoralize olmak yerine; kabullenip yeni çıkış yolları ve alternatifleri arıyorum.

Hangi sosyal sorumluluk projelerinde yer alıyorsunuz?

"İnsan olmak her şeyden önce sorumlu olmaktır." Sorumluluk bir insanın kendi davranışlarının sonuçlarını üstlenmesidir. Ben kendimi birçok konuda sosyal sorumlu hissediyorum. Bu çerçevede üyesi olduğum ODTÜ Mezunlar Derneği'ne yardım için başvuran arkadaşlarımıza çeşitli destekler sağlıyoruz. Ayrıca Girişimci Kadınlar Derneği (GİŞKAD)'nde kadın girişimcilerin sayısını artırmaya çabalıyoruz. KOSGEB ve bir çok kuruluşla ortak yürüttüğümüz projelerle kadın istihdamına katkı sunuyoruz. Meslek edindirme kurslarıyla kadın girişimcilerin önündeki engelleri kaldırmaya yönelik projelere imza atıyoruz. Yaşanabilir çevre konusunda bütün bireylere sorumluluklar düşüyor. Bu anlamda Temsa Global A.Ş.'de çalıştığım dönemde'Mavi Kapak Projesi" ile doğada çok zor dönüşebilen plastiklerin toplanıp geri dönüşüme kazandırılması hususunda da çalışmalarım oldu.

İş hayatında kadın olmanın avantajları ve dezavantajları nelerdir?

Kadın olmaktan dolayı herhangi bir ön yargıyla karşılaştığımı söyleyemem. Bana göre, verilen sözde durulduka ve yapılan işin kalitesi görüldükçe kadın, erkek; deneyimli, deneyimsiz her bireyin iş çevresindeki kişilerin güvenini kazanması oldukça kolaydır. Dezavantaj bir yana; son dönemde devletin sağladığı desteklerden yararlanan her iş kadını, kadın olmanın avantajlarını yaşıyor.

Kadınlara iş hayatında başarılı olabilmeleri için ne tavsiye edersiniz?

Her kimliği başarıyla temsil eden kadınlar bir arada olmalı, topluma örnek teşkil etmeli. Bu diğer kadınlara iş hayatına katılabilmeleri için özgüven aşılayacaktır. Hayatta kendimize neyi hedeflersek ve neye inanırsak onu çekebiliriz. Gerçekçi olmak kaydıyla enerjimizi ve dikkatimizi neye odaklarsak inandığınız şeye sonunda ulaşırız. Başarılı olmak için yeni yerler değil yeni gözler gerekir. Görmek içinse inanmak...

“Ülke olarak sanayiye baktık, tarımı gözden kaçırdık”

Tarsus Ticaret Borsası (TTB), yaklaşık 70 yıllık tarihi ile bölgenin tarım ticareti ve ekonomisinin itici gücü olmaya devam ediyor. TTB Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kaya, yaptıkları çalışmalar ile bölgenin gelişmesine ivme kazandırdıklarını söylüyor.

Üyelerinin her türlü ihtiyacına cevap veren Tarsus Ticaret Borsası, kente kazandırdığı katma değeri yüksek yatırımlar ve sosyo-kültürel kalkınmaya verdiği destekle öncü bir kurum olarak dikkat çekiyor. “Borsamız çağa uygun planlamaları ile bugün Tarsus’un en gözde kurumu haline gelmiştir” diyen TTB Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kaya, kantar hizmeti, teknik altyapısı, ergonomik çalışma ortamıyla, çağa uygun elektronik ve dijital iletişimden, laboratuvar altyapısına kadar her türlü donanıma sahip güçlü bir kurum haline geldiklerini ifade ediyor.

Tarsus Ticaret Borsası Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kaya çalışmaları hakkındaki sorularımızı yanıtladı:

Borsanın faaliyet alanlarından bahsedebilir misiniz?

Kentimizin eğitim, ticaret, ekonomi ve sosyal alanda daha yaşanabilir bir yer olması için her kesimle işbirliği yaparak kapılarımızı sonuna kadar açan bir kuruluşuz. Bu doğrultuda 2013 yılında Türkiye’de sadece birkaç oda ve borsaya verilen A Kaliteli Hizmet Akreditasyon Belgesi’ni dönem 1’incisi olarak alan borsamız, 2016 yılı sonunda yapılan denetimlerde Kalite Hizmet Belgesi’ni A+ olarak revize etti. Tarsus’un geleceği için projeler üretiyoruz. Yürüttüğümüz projelerle yaptığımız faaliyetlerle örnek borsa olmayı sürdürüyoruz. Sektörel faaliyet alanlarında yaşanan sorunlara çözüm üreterek, ihracat hedeflerini aşarak yerli üretimi desteklemeye devam ediyoruz. Bu kapsamda Tarsus Kalkınma ve İşbirliği Konseyi’ni (TAKİK) oluşturduk. “Tarıma Dayalı Organize Sanayi Kurulması Neden Gereklidir?” projesiyle Tarsus TDİ OSB’nin kurulmasını sağladık. İlk Uluslararası Rekabetçiliği Geliştirme (URGE) projesi kabul olan ilçe ticaret borsası olmayı başardık. Uygulamalı girişimcilik eğitimleri düzenleyerek binden fazla girişimcinin bu eğitimleri almasını sağladık. Bu eğitimleri alanların yaklaşık yüzde 20’si kendi işinin patronu oldu. Türkiye Ürün İhtisas Borsası A.Ş.’nin kurucu ortağı olduk. Mersin Agropark Tarım ve Gıda İhtisas Teknoloji Geliştirme Bölgesi Kurucu ve İşletici A.Ş.’nin kurucu ortağı olduk. 14 milyon TL yatırım maliyeti ve 1 milyon TL ödenmiş sermaye ile Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk A.Ş’yi kurduk. ÇKA ve Ekonomi Bakanlığı’ndan kazanılmış 6 milyon TL’lik bütçe büyüklüğüyle projenin yürütücülüğünü üstlendik.

Stratejik bir ürün olan pamuk üretimi konusundaki görüşlerinizi paylaşabilir misiniz?

Türkiye’de pamuk ekim alanları son 15 yılda yüzde 60 azaldı. Kendi pamuk ihtiyacının ancak 3’te 1’ini üretebilen Türkiye, her yıl 2,5 milyar doları pamuk ithalatına harcıyor. Pamuk ekimi yapılan ülkelerde pamuk üretimine teşvike çok önem veriliyor. 2014 yılında 700 bin ton olan pamuk üretimimiz şu anda dünyadaki pamuk üretiminin yüzde 4’üne gelmiş durumda. Tahmin edilen üretim miktarımız 1 milyon ton. 2023 hedefleri için bizim 500 bin hektar olan üretim alanını en az 1 milyon hektara çıkarmamız gerekiyor.

Murat Kaya

Ayçiçeği, buğday, mısır ve soya gibi ürünler konusunda beklentilerinizi aktarır mısınız?

Türkiye’de tarımda çalışan başına yaklaşık 10 bin dolar düşmekteydi. Bu yüzden sadece sanayide endüstri 4.0 tek başına yeterli olmayacağını görüyoruz. Tarımda da acilen 4.0’ın için çalışmaların hızlandırılması gerekiyor. Türkiye’nin gelirinin yüzde 8’i, işgücümüzün yüzde 20’si tarımdan karşılanıyor. Bu büyük bir fark. Rekabet olmayınca, rehavet oluyor. Ülke olarak kalkınmak için hep sanayileşmeye baktık ve tarımı gözden kaçırdık. Tarıma dayalı sanayide rekabete endeksli sektör yaratmamız gerekiyor. Katma değeri yüksek ürünlerin ve dış ticaret açığı veren ayçiçeği, soya gibi ürünlerin üretimine yapılan destek ve teşviklerin artırılması, tarım politikalarımızın dışa bağımlılıktan uzak olarak geliştirilmesini istiyoruz.

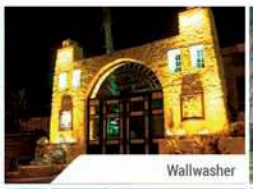
Tarsus Ovası’nın Türk ekonomisindeki öneminden bahsedebilir misiniz?

Mersin’de toplam 3,8 milyon dekar tarım alanının 1,95 milyon dekarında tahıl ve diğer bitkisel ürünlerin üretimi yapılıyor. Tarsus’ta 1 milyon dekar tarım alanının yüzde 60’ında tahıl ve diğer bitkisel ürünler; kalan üretim alanında ise narenciye, meyve bahçeciliği, açıkta ve serada meyve sebzecilik gerçekleştiriliyor. Son 5 yılda Mersin’in tarım alanından kaybı yaklaşık 190 bin dönüm olmasına rağmen Tarsus’un tarım alanı son 5 yılda yüzde 10 artmış durumda. Mersin’de yapılan 6 milyar TL’lik gayri safi tarımsal üretimin yüzde 30’u Tarsus tarımından sağlanıyor. Tarımsal üretim çeşitliliği açısından 100’den fazla çeşidin yetiştirildiği ülkemizde Tarsus ayrıcalıklı bir bölgedir.

ŞEHRİ AYDINLATIYORUZ

Polikarbon Cam Projektörler

Bahçe Aydınlatma


Wallwasher

Halı Saha Projektörü

Sanayi Armatürleri

Direk Aydınlatma Grubu

Kanopi Projektörleri

Sokak Armatürleri

Tamperli Cam Projektörler

Neon Led

Havuz Armatürleri

Ray-Spot Ürünleri

MERSİN POWERLED

Aydınlıkevler Mh. 2028 Sk. Seferoğlu Apt No: 8/1A Yenişehir/MERSİN

mersinpowerled

www.mersinpowerled.com.tr

0554 786 30 85 • 0324 341 43 79

BELGELERİMİZ

“Dijital yönetime odaklanacağız”

Akdeniz Yönetim Danışmanları Derneği (AYDD), özel ve kamu işletmelerinde; organizasyonel yapı, iş yapma yöntemleri konularında sorunları belirleyerek ve uygun önerileri geliştirerek bunları uygulama sürecinde sunduğu desteklerle farkındalık oluşturuyor. KOBİ'lerin yanında kamu kuruluşlarının kurumsal bir yapıya kavuşması için de birçok eğitim ve danışmanlık desteği sağlayan AYDD, orta vadede bölgesel bazlı 7 dernekle federasyona dönüşmeyi hedefliyor.

Mersin’de 2016’da kurulan ve Adana, Hatay, Niğde, Aksaray, Antalya, Isparta, Burdur, Karaman ile KKTC’de faaliyet gösteren Akdeniz Yönetim Danışmanları Derneği (AYDD), KOBİ’lerin güçlenmesi, firmaların markalaşması, üretim ve ihracatın arttırılması konularındaki çabalarıyla takdir topluyor. Yönetim danışmanları arasında iş birliğinin oluşturulmasını sağlayan ve işletmelerin ‘önce kurumsallaşıp, sonra markalaşmasına’ katkı sunacak projeleri hayata geçiren AYDD, uzmanları ve saha deneyimine sahip akademisyen üyeleriyle gerçekleştirdiği faaliyetlerle işletmelere artı değer katıyor.

AYDD Yönetim Kurulu Başkanı Ferudun Gündüz, zorlu bir mesleği yaptıklarına dikkat çekiyor. “Gittiğiniz işletmede değişim rüzgarını estirmeniz gerekiyor. Bu çoğunlukla sancılı bir süreci yönetmek demektir. Projelere işletme üst yönetiminin sahip çıkması durumunda iyileştirme ve başarı mutlaka sağlanabilmektedir” diyen Ferudun Gündüz, Capital'in sorularına şu yanıtları verdi:

Kimler ‘yönetim danışmanlığı’ yapabilir?

Yönetim danışmanlığı kapsamına giren; alanlarında uzman olan; yönetim teknikleri, bilgi teknolojisi, ölçüm ve kontrol metodları, analiz ve planlama konularında temel bilgilere sahip özgüvenli ve yaratıcı insanlar profiline sahip kişiler bu mesleği yapabilir. Derneğimiz üyesi tüm yönetim danışmanları etik kurallara bağlı ve gizliliğe çok ciddi olarak önem veren bir yaklaşıma sahiptir. Yani; yönetim danışmanı kendisine güven duyularak verilen şirket sırlarını mezara götürmek zorundadır.

Girişimcilere ne tür katkılar sunuyorsunuz; kentte yeni markaların çıkması konusunda neler yapıyorsunuz?

Çok sayıda girişimcilik ev iş planı konusunda uzmanlarımız var. KOSGEB ve İŞKUR kanalıyla yapılan eğitimleri başarılı şekilde veriyoruz. Fakat işini kuran kişilere devamında mentörlük hizmeti verilerek ayakta kalmaları için destek olunmaması büyük bir eksikliktir. Yeterli deneyimi olmayan yeni girişimciler kısa sürede batmakta ve birçok kaynak israf olmakta. Ülkemiz bu konuda adeta şirket mezarlığına dönüşmüştür. Yapılan istatistiklere göre tüm sektörler ortalamasında 5’inci yılını gören işletme oranı yüzde 20; 10’uncu yıla ulaşan işletme sayısı ise yüzde 4 civarındadır. Çünkü işletmeler eksik veya yanlış bilgi, yetersiz sermaye, finansa erişimdeki zorluklar ve yönetimindeki acemilikler gibi nedenlerle iflas ediyor. Böylece ülkemiz için ciddi bir kaynak israfına neden oluyor. Yeni işletme kuruluşlarında girişimcilerin sağlıklı bir iş planı hazırlayabilmeleri için yönetim danışmanlarına yönlendirmeleri gerekir. Bu şekilde şirketi kurmadan evvel ciddi bir fizibilite ve ön hazırlık yapılmasına destek verilmeli. Sonra da işletme ömrünün uzatılması için mentörlük desteği almaları teşvik etmeli.

Ferudun Gündüz

Yoğun göç alan Mersin’de AYDD’nin sosyo-ekonomik reçeteleri nelerdir?

Mersin uzun yıllar önce terör olayları nedeniyle çok sayıda Güneydoğuluyu; son 5 yılda da 400 bine yakın Suriyeli sığınmacıyı bünyesine aldı. Hızlı ve plansız göç maalesef demografik yapıyı bozdu. Alt yapı olarak da hazırlıksız yakalanan kent, birçok iktisadi, sosyal ve kültürel alanda sıkıntılara büründü. Doğru bir göç yönetme stratejisi ile katılımcıların insani ihtiyaçlarının karşılanmasının yanında bu insanların (Dünyadaki deneyimlere göre yüzde 85’nin geri gitmeyeceği gerçeğinden hareketle) entegrasyonu için ciddi projeler üretilmeli.

AYDD’nin önümüzdeki dönem hedefleri nelerdir?

Farklı disiplinlerde teorik ve saha deneyimine sahip olan üye sayımızı arttırmak istiyoruz. Üyelerimizin sürekli eğitimlerle gelişimine katkı sağlayacağız. Meslektaşlarımız arasında işbirliğini ve ortak projelerde çalışma kültürünü geliştirmek için adımlar atacağız. Endüstri 4.0 kapsamında KOBİ’lerimizin dijitalleşmesine katkı verip, dijital yönetim danışmanlığı çalışmalarımızı derinleştireceğiz.

Fotovoltaik modüller

Kompakt ölçülerdeki Vitovolt 300 polikristal fotovoltaik modül

Siyah eloksallı çerçeve ve koyu tedlar folyoya sahip Vitovolt 300 monokristal fotovoltaik modül

VITOVOLT 300

Yüksek verimli fotovoltaik modüller, ödün vermeyen kalite

Vitovolt 300 fotovoltaik modülleri yüksek performans, ödün vermeyen kalite, kapsamlı ürün ve performans garantisi ile öne çıkmaktadır. Fotovoltaik modüller müstakil binalarda, apatmanlarda, endüstriyel çatılarda, arazide kullanıma uygundur.

Bu avantajlardan yararlanın

- Pozitif güç toleransı sayesinde modül başına 5 Wp'e kadar performans artışı
- Yüksek verim için yansımayı önleyici cam
- 10 yıl ürün garantisi ve 25 yıla kadar güç çıkışının % 80'in altına inmeyeceğini garanti eden performans garantisi sayesinde yatırım güvenliği
- %16,8'e kadar yüksek modül verimliliği
- Burulmaya karşı dayanıklı, eloksallı alüminyum çerçeve
- 3 by-pass diyot köprüsü sayesinde yüksek işletme güvenliği
- **Kanıtlanmış Viessmann kalitesi:** Tüm fotovoltaik modüllere optik ve elektriksel kalite testi uygulanır.
- Vitovolt 300 modülleri sürdürülebilir ve verimli bir şekilde geri dönüştürülebilir.

OTTO DOĞALGAZ | VIESMANN

Akkent Mh. 34.Cd. No: 56/A Yenişehir-Mersin
Tel: 0324 326 80 86 Faks: 0324 326 80 87
www.ottomakina.com.tr

“Yatırım yaptığımız sektörlerde büyümeyi sürdüreceğiz”

Yarım asrı aşan ihracat tecrübesiyle Türkiye'nin önde gelen firmalarından biri olan Öner Şirketler Grubu, birçok sektördeki yatırımlarıyla kentin ve ülkenin ekonomisine önemli katkılar sunuyor. ABD, Yunanistan, Belçika, Lübnan, Kore, Gürcistan, Yemen, Pakistan, Vietnam, Mısır'a ihracat gerçekleştiren Öner Grup, yeni pazarlara açılma konusundaki çalışmalarına devam ediyor. Şirket, “The Gourmet Line” markasıyla ürettiği makarna çeşitlerini, peynir, tonbalığı, bisküvi, kuruyemiş, tahin ve ayçiçeği yağını ABD’de pazarlıyor.

Türkiye’nin ilk tarım ürünleri ihracatına başlayan firmalarından biri olan Öner Şirketler Grubu, gübre, doku kültürü ile fidan üretimi, gıda ve meyve ihracatı, tekstil, madencilik, kalite kontrol laboratuarı, antrepo ve özel yurt projelerine uzanan geniş yatırım faaliyetleriyle başarılı bir performans sergiliyor. Öner Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Armağan Öner, faaliyet gösterdikleri alanlarda her yıl kapasitelerini artırarak, üretim ve ihracat hedeflerini büyüttüklerini ifade ediyor. Üretim ve ihracatın yanında hayata geçirdiği ilkokul, ortaokul, çok programlı Anadolu lisesi, Aile Sağlık Merkezi ve cami gibi sosyal sorumluluk projeleriyle de dikkat çeken şirket, 2019 yılında Mersin’de 100 odalı bir şehir oteli açmayı planlıyor.

“ÇİFTÇİMİZİN YANINDAYIZ”

“Öner Grup iştiraki olan Conceptagro, Türkiye’nin her tarafına ulaşan teknik kapasitesi ve bünyesinde yüksek ziraat mühendisleriyle pazarlama hizmeti veren bir şirket. Ürün gamında sıvı, katı ve toz gübreler, biostimiulantlar ve 300’ü aşkın tarım ilacı bulunuyor. Distribütörlüğünü yaptığımız ürünleri Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri, PANKOBİRLİK ve seçkin bayilere pazarlıyoruz. Bunun yanı sıra ücretsiz kontrollü danışmanlık hizmetiyle Türk çiftçisine destek veriyoruz. Markamız Conceptagro çiftçilere sunduğu toprak analizi, ürün seçimi, ürüne uygun gübre ve ilaç kullanımı gibi danışmanlık hizmetleriyle de çiftçilerin üretimden hasada en büyük destekçisi konumunda.

Öner Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Armağan Öner, dergimiz Capital’in dergisinin sorularını şöyle yanıtlıyor:

Öner Şirketler Grubu'nun kuruluşundan bahsedebilir misiniz?

Türkiye’nin sebze ve meyve ihracatı konusundaki öncü firmalarından birisi olan Öner Şirketler Grubu’nun temelleri 1957 yılında atıldı. Narenciye ihracatının yanında meyve üretimi, antrepoculuk hizmetleri, madencilik, gıda analiz laboratuarı, gübre üretimi ve ihracatı, doku kültürü ve AR-GE laboratuarlarıyla üretime başlayan firmamız hizmet sunduğu alanlarda dünya markası olma yolunda ilerliyor.

Öner Grup’un ihraç ettiği sebze ve meyve markaları neler?

Öner Şirketler Grubu yıllar içerisinde üretimden ihracata entegre çalışabilmek için Neta markasıyla 350 hektarlık narenciye bahçesini tesis ederek bu alanda Türkiye’nin en büyük üreticilerinden biri haline geldi. Firmamız, ihracata yönelik paketleme tesisi, soğuk hava depoları, nakliye araçları, bakliyat depoları ve yatırımlarını tamamladı. En yeni plantasyonumuz ise her yıl artırmayı planladığımız 50 hektarlık kiraz bahçesidir. 2005 yılından itibaren üretimimiz Globalgap sertifikası ile tescillendi. Meyve ihracatında ise ‘Oner’, ‘Turkina’ ve ‘Eurobest’ tescilli markalarımızdır.

Grup şirketlerinden Performans Gübre hakkında bilgi verebilir misiniz?

Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi’nde yer alan 7 bin metrekare üzerine kurulu fabrikasıyla Performans Gübre, granül NPK gübre üretiminde kullandığı en son teknoloji ile sektörde kısa zamanda çok güvenilen bir marka haline geldi. Tesisimizde organomineral, organik, toz damlama ve yavaş salınımlı gübre üretimi yapılıyor. Ürünlerimiz Türkiye ve dünya pazarlarına analiz garantili olarak sevk ediliyor.

2015 yılında üretime başlayarak kimysal, organik ve organomineral formlarda üretim yapan Performans Gübre,

Armağan Öner

kapasitesini 2 katına çıkararak 30 bin tona yaklaştı. Burada üretilen gübrelerin yüzde 30'unu ihraç ediyoruz.

Bitki Doku Kültürü Laboratuvarınızın özelliklerinden söz eder misiniz?

Öner Tarım ve Hayvancılık ürünleri Tic A.Ş. çatısı altında kurulan Bonavitro-Bitki Doku Kültürü ve AR-GE Laboratuvarı, üreticilere hastalıklardan arındırılmış verimli anaç ve fide sağlamak amacıyla kuruldu. Burada tamamı doku kültürü ile hazırlanan muz, avokado, kivi ve orkide fidanlarının üretimini yapıyoruz. Bonavitro ile virüsten ari birçok farklı bitkinin üretimini amaçlıyoruz. İlk etapta yıllık 1 milyon fide üretimi hedeflediğimiz markamız ile TÜBİTAK ve Avrupa Birliği Proje girişimleri ile sektörün standartlarını belirleyen bir marka haline gelmeyi planlıyoruz. Ayrıca Türkiye'nin en yetkin gıda analiz laboratuvarlarından biri olan STA laboratuvarımızda ihracat ve ithalat analizlerini Türk-AK akreditasyonu güvencesi ile müşterilerimize sunuyoruz. Mikrobiyoloji, GDO, kalıntı ve 7 ayrı dalda analiz yapan laboratuvarımız, uzman gıda mühendisleri, kimyagerler ve biyologlardan oluşan uzman ekibiyle Türkiye'nin en kapsamlı laboratuvarlarından biridir.

Demir, krom ve antrepoculuk faaliyetleriniz hakkında neler söyleyeceksiniz?

Öner Grup, bünyesindeki Ön-Mad şirketi 460 hektarlık demir cevheri üretimi ile çimento fabrikalarına hammadde sağlıyor. Krom sahamızı emtia fiyatlarındaki değişkenlik nedeni ile henüz işletmeye açmadık. Antrepoculuk alanındaki faaliyetlerimiz çerçevesinde,Mersin Serbest Bölge'ye 700 metre, Mersin Limanı'na ise 1 km uzaklıkta bulunan 26 dönümlük arazide, 10 bin metrekarelik kapalı alana sahip antrepolarımız var. Bunun yanı sıra 25 bin metrekarelik konteyner stok sahamız ve 36 bin metrekarelik açık depolama sahamız da bulunuyor.

"THE GOURMET LINE MARKASIYLA ABD'DE BOY GÖSTERİYORUZ"

"Thegourmetline, bizim Türkiye ve ABD'de tescilli olan bir markamız. Bu markanın içinde makarna çeşitleri, peynir, tonbalığı, bisküvi, kuruyemiş, tahin ve ayçiçeği yağı gibi ürünler bulunuyor. Tamamen ihracat için üretilip, paketlenen bu ürünleri ABD'de kurulu olan gıda şirketimiz tarafından pazarlıyoruz.

Bunların dışında başka sektörlerde de yatırımlarınız var mı? Yeni yatırımlar planlıyor musunuz?

Tekstil sektörü de ilgi alanımıza giriyor. Öner Kale markamız, 30 yıllık tecrübesi ile ev tekstili sektöründe dünya modasındaki son trendleri takip ederek geniş bir ürün yelpazesini müşterilerine sunuyor. Öner Kale, İspanya'da yer alan Textils Mora firmasının Türkiye temsilciliğini de yapıyor. Bunun yanı sıra Mia Bella Casa markası ile dekoratif yatak örtüleri üretiyor. Mersin merkezde kendi arazimiz üzerinde yapmayı planladığımız bir şehir oteli projemiz var. Yaklaşık 100 oda civarında olmasını öngördüğümüz bu otelin temelini 2019 yılı içinde atmayı düşünüyoruz. Bunun dışında bir de Kıbrıs'ta yatırım yapmayı planlıyoruz. KKTC'nin en prestijli özel öğrenci yurdunu Lefkoşa/Haspolat mevkiinde bulunan Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi'nin 200 metre uzağında inşa ediyoruz. 2019 yılında kapılarını açacak 360 öğrenci kapasiteli bu yurt, kafeteryaları, özel güvenlik ve sağlık hizmetleri ile KKTC'nin en kaliteli özel öğrenci yurdu olacak.

Mersin Serbest Bölgesi'nin işlem hacmi 61,6 milyar dolara ulaştı

Türkiye'nin faaliyete geçen ilk serbest bölgesi olan Mersin Serbest Bölgesi, hizmete girdiği 1987'den Ağustos 2018'e kadarki dönemde toplam 61,6 milyar dolarlık ticaret hacmine ulaştı. Son 5 yıllık dönemde ise ticaret hacmi ortalaması yıllık 3 milyar doları buldu. Doğu Akdeniz'in en büyük ve işlek limanlarından biri olan Mersin Limanı'nın, diğer ulaşım noktalarına olan bağlantıları, ticaret merkezlerine yakınlığı, hinterlandındaki illerin yarattığı ticari ve sanayi potansiyeli Mersin Serbest Bölgesi'nin önemini artırıyor.

Sahip olduğu limanı sebebiyle dış ticarette deneyimli bir kent olan Mersin'de acentecilik, bankacılık ve müşavirlik hizmetleri belirli bir düzeye ulaşmış durumda. Hizmet sektöründe Türkiye'nin diğer yörelerine göre daha kalifiye personelin sağlandığı Mersin, Ortadoğu ve Akdeniz şehri olması dolayısıyla, transit malların geçişine daha çok imkân veren bir konumda. Mersin Serbest Bölge Kurucu ve İşleticisi A.Ş. (MESBAŞ) Genel Müdürü Edvar Mum, bölgenin 1'inci, 2'nci ve 3'üncü kısmının tamamının yatırımcılara tahsis edildiğini ifade ediyor. Yeni yatırım alanlarının oluşturulması için çalışmaların sürdüğünü belirten Edvar Mum, dergimiz Capital'in sorularını şöyle yanıtlıyor:

Edvar Mum

Kısaca MESBAŞ'tan bahsedebilir misiniz?

3 Ocak 1987 tarihinde resmi açılışı yapılan Mersin Serbest Bölgesi, Türkiye'nin faaliyete geçen ilk serbest bölgesidir. Mersin Serbest Bölgesi yap-işlet-devret modeline göre kurulup, işletilmekte. 31.10.2016 tarih 2016/9458 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ve Ekonomi Bakanlığı ile Mersin Serbest Bölge Kurucu ve İşletici A.Ş. (MESBAŞ) arasında akdedilen sözleşme gereğince 01.01.2017 tarihinden itibaren bölgenin tüm alanının altyapılarının yenilenmesi ve bakım onarımlarının yapılması MESBAŞ'ın sorumluluğuna verilmiş bulunuyor.

Bölgede kaç firma faaliyet gösteriyor?

Mevcut durumda bölgenin toplam alanı 836 bin 322 metrekare. Net yatırım alanı ise 625 bin 565 metrekaredir. Yatırım alanlarının tamamı yatırımcı firmalara tahsis edilmiş durumda. Bölgede 294 yerli 135 yabancı olmak üzere toplam 429 firma faaliyet gösteriyor. Faaliyet ruhsatlarının konularına göre dağılımı; yüzde 40 alım-satım, yüzde 30 üretim, yüzde 17 kiralama, 8 depo işletmeciliği, yüzde 1 bankacılık, yüzde 4 diğerleri şeklindedir. Bölgede üstyapı yatırımları olarak 626 bin metrekare kapalı alan inşa edildi. Bölge, aynı zamanda gümrük hattı dışında önemli bir lojistik ve depolama alanı statüsündedir.

Bölgede hangi sektörler faaliyet gösteriyor? Kaç kişi istihdam ediliyor?

Bölgede firmalar ağırlıklı olarak makine ve metal, kimya, hazır giyim, gıda, medikal, ambalaj malzemeleri sektöründe faaliyet gösteriyor. Bölgede ruhsatlı firmalar bünyesinde 8 bin 823 kişi doğrudan istihdam ediliyor. Dolaylı istihdam ile bu rakam 9 bin 500 kişiye ulaşıyor. Ticaret hacmi toplamının yüzde 65'ini sanayi ürünleri, yüzde 35'ini ise tarım ürünleri oluşturuyor. Bölgede üretim faaliyetleri için yüzde 100 oranında gelir ve kurumlar vergisi istisnası ile kaliteli işgücü temininin mümkün olması da işletmelerin gelişmesine katkı sağlıyor. Bu çerçevede başta hazır giyim olmak üzere ambalaj malzemeleri, hijyen pamuk ürünleri, çelik boru, medikal malzemeler ve gıda ürünleri üretimleri gerçekleştiriliyor. 2008 yılında 97 firmaya üretim ruhsatı verilmişken bu sayı 2017 yılında 195'e ve 2018 yılı Temmuz ayı sonu itibariyle 206'ya yükseldi. Bu rakamlar da Mersin Serbest Bölgesi'nin üretim kapasitesinin arttığını gösteriyor.

Mersin Serbest Bölgesi'nin Türkiye'deki diğer serbest bölgeler arasındaki konumu nedir?

Son 5 yıl içerisinde Mersin'in kayıtlı dış ticaret firmalarının gerçekleştirdiği 13,8 milyar dolar ihracat hacmine karşılık Mersin Serbest Bölgesi'nin dış ticaret hacmi 16 milyar dolar oldu. Bölgemizde 682 değişik ürünün 112 ülke ile ticareti yapılmakta. En fazla ihracat yapılan yabancı ülkeler sıralamasında ABD, Ekvador, Irak, Suriye, İran, İspanya, Suudi Arabistan, Çin, Hollanda ve İtalya yer alıyor. Türkiye'de 18 serbest bölge faaliyeti bulunuyor. Mersin Serbest Bölgesi; 2018 yılı Ağustos ayı sonuna kadar gerçekleştirdiği 2 milyar dolar işlem hacmi sayesinde Ege Serbest Bölgesi'nden sonra 2'nci sırada yer alıyor. Sağladığı 8 bin 823 kişilik doğrudan istihdam sayesinde Ege ve Bursa Serbest Bölgelerinden sonra 3'üncü sırada bulunuyor.

MERSİN TİCARET
VE SANAYİ ODASI

TİCARİ BİLGİ VE İSTİHBARAT MERKEZİ

MERSİN TİCARET VE SANAYİ ODASI
TİCARİ BİLGİ VE İSTİHBARAT MERKEZİ
HİZMETİNİZDE!.

- *Hedef Pazar Araştırma Raporu*
- *Rakip Bilgisi ve İstihbaratı*
- *Potansiyel Müşteri ve Kesin Müşteri Tespiti*
- *4 Adımda Nokta Atışı Dış Ticaret Danışmanlık*
- *Ticari Bilgi ve İstihbarat Eğitimi*
- *Hedef Pazar İçin Gümrük, Vergi, SIC, GTİP, Kota ve Tarife Dışı Uygulamalar Hakkında Bilgi*
- *Ulusal ve Uluslararası İhale Takip ve Bilgilendirme*

Detaylı bilgi ve başvuru için:

MTSO Projeler Müdürlüğü

T: 0.324 238 95 00 F: 0.324 231 96 97

Dahili: 293 - 210 www.mtso.org.tr

“İnsan sağlığına özen gösteren, çevre dostu yataklar üretiyoruz”

Mersin merkezli Dr. Otto Yatak, yıllık ortalama 2 bantta 50 bin yatak üretimiyle istikrarlı büyümesini sürdürüyor. Dr. Otto Yatak, farklı tarzlara ve zevklere hitap eden yatak konseptleri ile yurt içinde ve dışında pazar payını genişletiyor. Firma, 500 TL ve üzeri alışverişlerde ücretsiz kargo fırsatı, güvenli ödeme, evde 40 gün deneme, 5 yıl garanti süresi, hızlı teslimat, uygun fiyat gibi satış öncesi ve sonrası servis hizmetleriyle müşteri memnuniyetini maksimuma çıkarmayı hedefliyor.

Mersin, Adana, Antakya, Osmaniye, İstanbul’da showroomlara ve Corner satış noktalarına sahip Dr. Otto Yatak, aynı zamanda internet mağazaları sayesinde hizmet kalitesini dünyaya sunuyor. Kısa sürede Türkiye’deki en iyi 5 yatak firması arasına girmeyi planladıklarını belirten Dr. Otto Yatak Yönetim Kurulu Başkanı M.Sadık Özkan, “İhracat yaptığımız ülkeler içerisinde önce Kıbrıs geliyor. Ayrıca birçok ülkeye www.alibaba.com ve www.etsy.com siteleri üzerinden hem toptan hem de direk perakende satış yapmaktayız. Ürünlerimizi e-ihracat yoluyla direkt tüketicinin kapısına gönderiyoruz” diyor.

M.Sadık Özkan

Dr. Otto Yatak Yönetim Kurulu Başkanı M.Sadık Özkan, Capital’in sorularını şu şekilde yanıtladı:

Şirketinizin büyüme öyküsünü paylaşır mısınız?

Daha önce farklı firmaların ürünlerinin pazarlamasını yaparken 2010’da Dr. Otto Yatak markasının lisansını ve teknolojisini yurtdışından satın alarak sektörde yeni bir sayfa açtık. Markalaşmaya önem veren şirketimiz belirli bir pazar oluşturduktan sonra üretim yapmaya karar verdi. Kayseri’de 4 ayrı fabrikada üretime başladık. Ürün çeşitlendirmesini Dünya Sağlık Örgütü’nün kriterlerine göre belirleyen şirketimiz hammadde alımlarını ve üretimini bu çerçevede hayata geçirdi. Satışlarımız belirli bir aşamaya geldikten sonra, Kasım 2014’te 5 bin metrekare alan üzerinde kurulu Mersin’deki tesislerimizde üretim yapmaya başladık. Üretimimiz kişiye özel ve seri üretim şeklinde devam ediyor.

Ürün gamınız hakkında bilgi verebilir misiniz ?

Dr. Otto Yatak sağlıklı, konforlu ve kaliteli ürünler üreten, kolay ulaşılabilen, sektöründe öncü yaklaşımlar sergileyen, insan hayatına ve doğaya saygılı bir marka olarak hizmet sunuyor. Uyku sistemleri üzerine 19 çeşit yatak üreten firmamız, tasarımlarında insan sağlığına büyük önem veriyor. Buna uygun olarak ortopedik medikal yatak, visco yatak, lateks yatak şeklinde ürün çeşitliliğine sahibiz.

Ürünlerinizi müşterilere ulaştırmak için hangi kanalları kullanıyorsunuz?

Her kişinin, bölgenin, hatta ülkenin kullandığı yatak tarzları farklı. Biz de buna uygun olarak hareket ediyoruz. Mağazalarımız dışında ürünlerimizi www.drotto.com.tr ve Türkiye’nin en çok tercih edilen e-ticaret sitelerinden de tüketiciyle buluşturuyoruz. Son 8 yıldır düzenli şekilde İstanbul Mobilya Fuarı’na katılıyoruz. Bu da hem yurtdışı satışlarımızı artırıyor hem de daha fazla noktaya ulaşmamızı sağlıyor. Ayrıca Mersin Mobilya Fuarı’nda her yıl stand açıyoruz. E-ihracat yoluyla direk üretimden tüketiciye ulaşmak ve marka bilinirliğini artırmak için interneti yoğun olarak kullanıyoruz. Profesyonel serisi olan ürünlerimizle otellere, devlet ve özel sektör yurtlarına da hizmet veriyoruz.

Kalite standartlarınız ve AR-GE faaliyetleriniz hakkında neler söyleyeceksiniz?

Ürünlerimizde kullanılan hammaddelerin tamamı sertifikalıdır. Bütün Ürünler CE Belgeli ve İSO 9001 Kalite Sistemi Sertifikası’na sahiptir. Visco, Lateks ve Memory Foam açık hücreli teknolojiye sahip olduğu için hava geçirgenliği yüksek ürünlerdir. Dr. Otto Yatak, kasları gevşeterek gerilimi azaltan, sırt, bel ve boyun ağrılarını önemli ölçüde ortadan kaldıran, sağlıklı, iyi uyumanızı ve daha zinde uyanmanızı sağlayan yataklar üretir. Sağlıklı bir yatak vücudun gömülmesini engelleyecek kadar sert, eğrilerini koruyacak kadar yumuşak olmalıdır.

Türkiye'deki yatak sektörünü değerlendirebilir misiniz?

Dünyadaki yatak üretiminin yüzde 40’ını yaylı, yüzde 45’ini sünger yataklar oluşturuyor. Türkiye’de ise yatak pazarının yüzde 95’i yaylı, yüzde 5’i sünger yataklardan meydana geliyor. Yılda yaklaşık 4 milyon adet yatak satılıyor. Türkiye’nin en çok yatak ihracatı yaptığı ülkeler arasında Almanya, Irak, Romanya, İtalya, Suudi Arabistan öne çıkıyor. Türkiye’deki üreticiler çoğunlukla Kayseri, İstanbul ve İzmir’de yer alıyor. Kayseri, yıllık 2 milyon civarında üretim ile toplam üretimin yarısını karşılıyor.

ELBETTE bir yolu var

Maestro yönetim danışmanlığı

0324 239 28 58

Bölgenin ilk Yönetim Danışmanlığı şirketi...

GÜVENİNİZLE 19. YILIMIZDAYIZ

Marka Tescilinde 15 yıllık tecrübe

İŞLETME YÖNETİMİ DESTEK HİZMETLERİ

İş Kurma Danışmanlığı
Kişisel Gelişim/Kurumsal Eğitimler
İl Master Planları
Yönetim Sistemleri Danışmanlığı
Yatırım Fizibilite Raporları
Perakende Yönetim Danışmanlığı
Pazar/Kamuoyu Araştırmaları
AB Projeleri

MIC Maestro International Consulting

www.maestroconsulting.com.tr

Özel ve Genel Antrepolara eşya giriş çıkışlarının tespiti
Özel ve Genel Antrepoların dönemsel kayıt stoklarının tespiti
Özel ve Genel Antrepo kuruluş, genişletme ve daraltma işlemleri
Elleçleme İşlemleri
Gümrük ve Dış Ticaret Danışmanlığı

Vizyoner Yetkilendirilmiş Gümrük Müşavirliği Ltd. Şti.

Etkin gözetim, güçlü rehberlik

+90 324 239 28 58

www.vizyonerygm.com

"Tarsus eski parlak günlerine geri dönecek"

Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası (Tarsus TSO), ilçenin sosyo-ekonomik kalkınmasına öncülük ediyor. 135 yıllık geçmişi olan Tarsus TSO, önümüzdeki dönemde kentin kaderini değiştireceği düşünülen Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'nin bir an önce hayata geçmesi için adımlar atıyor. 2013 yılından bugüne Tarsus TSO Yönetim Kurulu Başkanı olarak çalışmalarına devam eden H. Ruhi Koçak, 400 binin üzerindeki nüfusu ile 55 ilden daha büyük olan ilçenin Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi ile eski parlak günlerine yeniden kavuşacağını söylüyor.

Çukurova bölgesinde 6 milyon dekarın üzerinde sulu ekili arazinin bulunuyor. Geçen dönem TOBB Dış İlişkiler Komisyonu Başkanlığı görevini üstlenen ve halen Milletlerarası Ticaret Odası (ICC) Türkiye Milli Komitesi Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapan H. Ruhi Koçak, pamuktan ziyade bütün tarım ürünlerinin değerlendirilebileceği entegre bir organize sanayi kurmak için çalıştıklarını belirtiyor. Tarsus Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi'ni kurmak için yoğun emek harcadıklarının altını çizen Koçak, "Bu sadece Tarsus'u değil; Doğu Akdeniz'i etkileyecek çok büyük bir yatırım olacak. Yaklaşık 5 bin 300 dekar bir arazide 4 bin dekara yaklaşan bir sanayi parseliyle Türkiye'de belki de ilk defa sanayici ile ortak kamulaştırıp, masrafları beraber yapıp, sanayiciye en uygun şartlarda arsayı vermek üzere çalışmalar yapıyoruz" diyor.

Oda hakkında bilgiler veren Tarsus Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı H. Ruhi Koçak, dergimiz Capital'in sorularını şöyle yanıtladı:

Tarsus TSO'nun kuruluşundan bahsedebilir misiniz?

1800'lerin sonlarında, Amerika'daki iç savaştan sonra özellikle Fransızların bu bölgede pamuk ekimi için girişimleri olmuş. O yıllarda önemli bir liman kenti olan Tarsus'a Mısır'dan tarımla ilgili insanlar gelmiş. Tarsus'un merkezindeki Kleopatra Kapısı, liman kapısı; Gözlü Kule ise deniz gözetleme kulesi olarak hizmet veriyormuş. Tarsus, ticaretin çok geliştiği Çukurova'da merkez konumunda olan ve Kilikya'nın başkentliğini de yapmış bir kent. Sel ve taşkınlarla Berdan Nehri yatağının değişmesiyle liman kent olma özelliğini ve ticari merkez vasfını da kaybediyor. Bu önemli ticaret merkezi bu vasfını kaybediyor. Yaklaşık 150 yıl önce Mersin Limanı'nın devreye girmesiyle maalesef Tarsus'un ekonomik anlamda kaderi tersine dönüyor. O tarihte yoğun pamuk işleri regüle edilmesinden dolayı 1879'da Tarsus TSO kuruluyor.

Çok önemsediğiniz Tarsus Gıda İhtisas Organize Sanayi Bölgesi hangi aşamada?

Müteşebbis heyetimiz kuruldu. Kamu yararı kararımız çıktı. Acele kamulaştırma yetkimiz geldi. Kaynak yaratıp kamulaştırma işlemlerine başlayacağız. Şu anda 'Biz henüz buyurun gelin, yatırım yapın' demeden 200 civarında sanayici başvuru yaptı. Türkiye'de ve uluslararası ortamda da OSB'mizin tanıtımını yapıp çok fazla girişimciye ulaşacağız. 26 Ekim 2018 Cuma günü yoğun bir katılım ve ilginin olduğu tanıtım toplantısını da Mersin Valisi Ali İhsan Su başkanlığında gerçekleştirdik. Kısa sürede çok kıymetli bir yatırımı hayata geçireceğimize inanıyorum.

Yatırımcıya arazi tahsisine ne zaman geçmeyi planlıyorsunuz?

Bizim acele kamulaştırma yetkimiz olduğu için, kaynakla ilgili geçici bir sıkıntımız var. Kaynak bulduktan sonra yaklaşık 8 ay süren bir kamulaştırma süreci yaşanacak. Mahkemeden alacağımız ilk kamulaştırma kararıyla beraber, bizim kepçe ve dozerlerimiz oraya davul-zurna ile girecektir. Toplamda 2 yıl içinde sanayiciye arsa tahsisine başlarız, diye düşünüyorum.

OSB'de hangi ürünleri işleyecek tesislerin yoğun olacağını öngörmektesiniz?

Tarsus'da pamuk, narenciye, soya gibi 70'e yakın ticari anlamda tarım ürünü yetişiyor. Bütün tarım ürünlerinin işlendiği çok büyük bir kompleksi hayata geçireceğiz. Örneğin, burası soya fasulyesinden yağ çıkardıktan sonra, küspesinin alındığı ve kozmetiğe dönüştürüldüğü tesislerin bulunduğu merkez olacak, burası... OSB'de sadece gıda işleme değil, gıda yan sanayisi de olacak. Üretilen bir turşu için gerekli olan kavanoz, kapağı ve ambalaj sanayi de burada üretilebilecek. Yani entegre bir sistem olacak. Bunu desteklemek için AR-GE çalışmalarından bulunmak, yeni tohumlar, farklı jenerasyonlar ve teknolojik tarım yapabilmek adına Tarsus'ta Türkiye'nin ilk Tarım Gıda Teknopark'ını kuruyoruz. Bunun da Bakanlar Kurulu'ndan yazısı çıktı. Bu ay itibariyle de anonim şirket kuruluş çalışmaları tamamlanacak.

Genel olarak Tarsus ekonomisinden bahseder misiniz? Sektörel dağılım nasıldır?

Tarsus ekonomisinin yüzde 60-70 civarı tarıma dayalıdır. 3 bini aşkın üyemizin yaklaşık yüzde 40'ı tarım ve gıda şirketlerinden oluşuyor. Sigorta sektörümüz gelişmiş. Türkiye çapında üst düzey sigortacılarımız var. Tarım dışında gelişen, göz bebeğimiz diyeceğimiz Seçil Kauçuk ve Berdan Cıvata gibi firmalarımız var. Tarımda markalaşmayla devam etmek istiyoruz. Bunun yanı sıra Tarsus Kazanlı bölgesinde çok uzun süredir sürüncemede olan; ancak tekrar harekete geçen bir turizm bölgemiz söz konusu. Yaklaşık 3 ay önce Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan geldiğinde temeli atıldı. 2,5 yılda bitirileceği sözü alındı. Bizde bunun gerçekleşmesini bekliyoruz. Turizm anlamında da burada bir gelişim sağlayabiliriz.

Tarihi ve turistik yerlerin zenginliğiyle öne çıkan Tarsus bu potansiyelini yeterince değerlendirebiliyor mu?

Hz.Danyal'ın kabri, St.Paul Kuyusu ve Kilisesi, Eshab-ı Keyf gibi bir çok mekana ev sahipliği yapan Tarsus inanç turizmi açısından büyük bir potansiyeli barındırıyor. Ayrıca burada Gözlü Kule höyük çalışmalarını Boğaziçi Üniversitesi yapıyor. Orada da kazılan her 10 cm.'den bir medeniyet çıkıyor. Tarsus inanılmaz bir tarihi dokuya sahip. Ama bizim yine yatırımcıya ihtiyacımız var. Tarsus'ta otel yok. Sadece 40 yataklı bir otel var ve bu 400 bin nüfusa yakışmayan bir rakam. Gelen turistleri biz burada yatılı konaklatamıyoruz, bu yüzden herkes günübirliğe geliyor.

Konaklama sorununu nasıl çözeceksiniz?

Mevcut Şelale Otel'in bir an önce yapılıp tekrar işlerlik kazanması gerekiyor. Burası ya restorasyona girecek veya yıkılıp yeniden inşa edilecek. Nüfusumuz tabelada 336 bin olarak görünüyor. Doğudan ve Suriye'den gelen insanlarla Tarsus'ta 400 binin üzerinde bir nüfus var. ilçemiz, nüfusu ile Türkiye'deki 55 ilden büyük. Tarsus İl olamamasının tek gerekçesi Adana ve Mersin'e çok yakın olmasıdır. İl olamıyoruz ama kamu kaynaklarımızın il statüsünde olması gerektiğini düşünüyoruz. Kamu görevli kadrosu ve kamudan aldığı payda nüfusa göre daha az gelire sahibiz. Ayrıca Büyükşehir Yasası'da bizi olumsuz etkiliyor.

Tarsus'ta OSB dışında yürüttüğünüz bir proje var mı?

Tarsus'un tekrar eski parlak günlerine dönüş olarak kesinlikle Gıda Organize Sanayi Bölgesi'ni bir numaraya yerleştiriyorum. Birkaç ay önce kuruluşu gerçekleşen Tarsus Üniversitesi'nin de kentte büyük bir dinamizm kazandıracağına inanıyorum. Hâlihazırdaki fakültelerde 3 bine yakın öğrencimiz var. Üniversitenin diğer bölümlerinin açılması ile birkaç yılda sayının 10 binin üzerine çıkmasını bekliyoruz. Üniversite eğitimi için gelen öğrencilerin ihtiyaçlarını belirleyip, bu imkanları sunmamız gerekiyor. Gerek yurt, gerekse 1+1 olarak ihtiyaç duyulabilecek, bu gençlerimizin rahat oturup kalkabileceği bir sosyal alanlar yaratmamız gerekiyor. Tarsus TSO olarak şehrimizin ihtiyaçları konusunda tüm paydaşlarıyla ortak hareket ederek, çözümler üretme gayreti içindeyiz. Tarsus'a bir geri dönüşüm başladığına inanıyorum. Çok kuvvetli bir geri dönüş yapacağız. Vurgulamak istediğim Tarsus o eski parlak günlerine bu yatırımlarla tekrar kavuşacaktır. Yurt dışından buraya ciddi bir yatırımcı çekme çabamız devam ediyor.

H. Ruhi Koçak

"HAVALİMANI PROJESİ'NDE SERBEST BÖLGE DE YER ALMALIDIR"

"Demiryolu ile ilgili lojistik merkez Yenice'de kuruldu, çalışmaya başladı. Havalimanında kargo merkezi olacak. Buradan ihracat yapabilmek için hava kargoya uygun üretim yapmamız gerekiyor. Havalimanının ilk projesinde içerisinde Serbest Bölge olması vardı. Ancak son dönemde bu gündemde değil. Çukurova Havalimanı'nın olduğu alanda hem hava kargo, hem istihdam yönüyle teknolojik yatırımın olabileceği bir Serbest Bölgenin olması talebimiz var. Direkt uçuşların buradan yapılmasının, güneyde alternatif bir hat olarak Çukurova Havalimanı'nın bu şekilde bir işlerlik kazanmasının bölgeye ciddi katkılar sağlayacağına inanıyorum."

“Değer yaratan kadınları desteklemeyi sürdüreceğiz”

Girişimci olmak isteyen kadınlara gerekli bilgi, tecrübe, eğitim desteği sağlayarak, Türkiye’nin sosyo-ekonomisine artı değer katmayı amaçlayan Girişimci İş Kadınları Derneği (GİŞKAD), kurulduğu günden itibaren kentin geleceğinin şekillenmesinde aktif rol oynuyor. 82 iş kadını gönüllüsü ile lojistik, otomotiv, inşaat, turizm, gıda, tekstil, tarım, matbaa, tasarım ve emlak danışmanlığı gibi farklı sanayi alanlarında faaliyet gösteren GİŞKAD, doktor, eczacı, avukat, akademisyen, psikolog, iş sağlığı güvenliği ve yönetim danışmanı gibi meslek unvanlı ekonomiye katkı sağlayan işveren ve yöneticilerden oluşuyor.

82 iş kadını gönüllüsü ile çalışmalar yapan Girişimci İş Kadınları Derneği (GİŞKAD), Mersin’de önemli bir misyon üstleniyor. Girişimci ruha sahip, çağdaş kadın gönüllüleri olarak güçlenmeye ve değer üretmeye devam ettiklerini belirten GİŞKAD Yönetim Kurulu Başkanı Ayferi Tuğcu, “Birden fazla konuyla ilgilenip çözebilecek performansa sahip olan biz kadınlar, sosyal sorumluluk bilinci, duyarlılığı ve gelişime olan açıklığımızla STK’larda etkin çalışmalar yaparak hedefe daha hızlı ulaşabiliyoruz” diyor. Tüm etkinliklerinde sosyal ve ekonomik alanda üreten ve üretmek isteyen; kalkınmada değer yaratan kadınları desteklediklerinin altını çizen Tuğcu, Capital’in sorularını yanıtladı:

Ayferi Tuğcu

GİŞKAD’ın faaliyetlerinden söz edebilir misiniz?

2006 yılından bu yana çok sayıda proje gerçekleştiriyoruz. Ticaret ve iş geliştirmeye katkı sağlamak amacıyla ‘Uluslararası İş Kadınları Kurultayı’nı düzenledik. ‘Çamlıbel Projesi’yle kent bilincinin perçinlenmesi adına çalışmalar yürüttük. Mersin Üniversitesi ile ‘El Ele Projesi’ kapsamında eğitimli kadınlara istihdam imkanı sunulması amacıyla eğitim ve seminer programları gerçekleştirdik. Milli Eğitim Müdürlüğü ile ‘Kadın Girişimciliği ve Eğitim Desteği Projesi’ni hazırlayarak, kadın girişimcilere yönelik birçok konuda eğitimler verilmesini sağladık. Ayrıca ‘Yeşil Girişimcilik Projesi’yle girişimci adayları yeşil projeler üretmeye yönlendirerek, çevre bilinci farkındalığı yaratılmasını amaçladık. ‘Alın Teri Göz Nuru Projesi’ çerçevesinde meslek edinme kurslarıyla kadınlara istihdam imkanı sunduk. Büyükşehir Belediyesi ve KOSGEB ortak çalışmasıyla “Uygulamalı Girişimcilik" eğitimleri ve destek programları düzenleyerek, istihdama katkı sağlamaya ve girişimcilerin önünü açmaya çalıştık.

Türkiye’de kadınların iş dünyasındaki rolü hangi düzeydedir?

Ülkede var olan iş hayatı gerçeklerini göz ardı etmemekle beraber, kadınlara yönelik pozitif ayrımcılığın öne çıktığını gözlemliyoruz. Özellikle iş dünyasında ‘iş adamı’ kavramının ‘iş insanı’ terimine dönüştüğü bu dönemde, bu anlamlı ifadelerin sayısının artmasını ve bu olumlu dönüşümün somut bir şekilde iş hayatına yansımasını bekliyoruz. Kadınlar, kendilerini ifade edebildikleri, iletişim kurabildikleri, eğitime ulaşarak, ‘donanabildikleri’ sürece güçleniyor, topluma, iş hayatına ve çekirdek aileye katkılarını artırabiliyor. Kamu kurum ve kuruluşlarında var olan gelişmeler devam ededursun; bu kaynakların daha etkin ve direkt hedefe odaklı yönetilmesi amacıyla sivil toplum kuruluşları ile işbirliğine gidilmelidir. Böylelikle STK'lar aracılığıyla daha geniş kitlelere ulaşılması, daha fazla kadının eğitilmesi ve iş hayatına adım atabilmesi için ekonomik ve sosyal anlamda yüreklendirilmesi mümkün kılınacaktır. Araştırmalara göre kadın, erkeğe göre elde ettiği gelirin daha yüksek bir kısmını haneye aktarıyor. Daha güçlü bir toplum, daha güçlü bireyler ile mümkündür. Kalkınma ise; nüfusun ‘üretken’ beyinleri olan kadınları ekonomik hayata kazandırmakla sağlanabilir.

GİŞKAD’ın önümüzdeki dönem hedefleri nelerdir?

GİŞKAD, 12 yıldır üstlenmiş olduğu hedef doğrultusunda kentimize ve bölgedeki kadınlarımıza önümüzdeki dönemde de hizmet vermeye devam edecek. Bunun için ‘Akademi Projeleri’ adı altında eğitim ve bilgilendirme seminerleri oluşturmayı sürdüreceğiz. Üniversite, sanayi ve kamu kurumu iş birliğini geliştiren protokoller ile sürdürülebilir istihdama direkt ve endirekt destek vermiyi sürdüreceğiz. ‘İş Dünyasında Kadın’ merkezini kurarak, çalışan kadınların karşılaştıkları sorunların ölçülebilir bilgi arşivini oluşturmayı ve bu doğrultuda etkin, hızlı problem çözüm teknikleri geliştirmeyi hedefliyoruz.

Dr. Utku Karabağ
SMMM- Deloitte Senior Manager

Mersin'de teşvikler ve destekler

Mersin; tarihi dokusu, ülkemizin en eski ve önemli turizm merkezlerinden biri oluşu, önemli bir liman şehri olması gibi nedenler ile birçok alanda adından söz ettiren cazibe merkezi konumundaki bir ilimizdir. Dolayısı ile birçok farklı özelliği bir arada bulunduran Mersin, yatırım teşvik mevzuatı açısından da önemli destekleri bünyesinde barındıran bir konumdadır.

Mersin, 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkındaki Karar çerçevesinde 3'üncü Bölge kapsamında yer alan bir ilimiz olarak tayin edilmiş olup, bu bölgede yapılacak yatırımlar; yatırımlarında kullanacakları makine ve teçhizatı gümrük vergisi ve KDV ödemeden alma imkanı sunan Gümrük Vergisi muafiyeti ve KDV İstisnası desteği, yatırımcıların gerçekleştirdikleri yatırıma yönelik harcamalarının belli bir oranda Kurumlar Vergisi indiriminde kullanılmasını sağlayan Vergi indirimi desteği, yapılan yatırımların tamamlanmasını takiben, söz konusu yatırım kapsamında istihdam edilen işçilerin asgari ücrete denk gelen SGK işveren payının hazine tarafından karşılanması yönelik olan SGK İşveren Payı Desteği, yatırımcılara, arazi tahsis edilmesini içeren Yatırım Yeri Tahsis desteği ve son olarak birçok yatırımcının yatırım süresince kredi kullanarak, finansman ihtiyaçlarını daha az bir kredi maliyeti ile karşılamalarına imkan sağlayan Faiz Desteği gibi destekler kapsamında gerçekleştirmektedir.

Yukarıda yer verilen destekler, yatırım teşvik mevzuatı açısından 3'üncü Bölge'de yer alan Mersin ilimizde yatırım yapacak yatırımcılara söz konusu yatırımlarını yatırım teşvik belgesine bağlama noktasında sunulabilecek bölgesel destekler olup, yatırımların organize sanayi bölgesinde gerçekleştirilebilmesi durumunda, Kurumlar Vergisinde önemli bir vergi teşviki sağlayan Vergi İndirimi Desteği ile yatırım sonrası işveren sigorta prim maliyetlerinde ciddi bir maliyet azalışı yaratan SGK İşveren Prim Desteği, her ne kadar yatırım 3'üncü Bölge illerimizden olan Mersin ilinde gerçekleştirilse de 4'üncü Bölge kapsamında değerlendirilecek, 3'üncü Bölge içerisinde yer alan Mersin ilinde yatırım yapan bir yatırımcı bir başka ile ya da bölgeye gitmeden bir üst segmentte yer alan desteklerden kendi ili içerisinde yararlanabilecektir.

Hayvancılıktan tekstile, otelcilikten mobilya imalatı ve hastane yatırımlarına kadar birçok farklı alandaki yatırımın yukarıda yer verilen bölgesel destekler kapsamında olduğu bu ilimizde, yatırımcıların söz konusu desteklerden yararlanmak üzere, yatırım teşvik belgesi alarak bu yatırımlarını gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Yatırım teşvik mevzuatı açısından bu ilimize sunulan destekler bununla da sınırlı kalmamaktadır.

Bu ilimizde teşvik mevzuatı açısından öncelikli yatırım konuları kapsamına giren yatırımların herhangi birinin gerçekleştirilmesi durumunda, söz konusu yatırımlar 5'inci Bölge desteklerinden yararlanabilecek öncelikli yatırımlar olarak kabul edilecek ve bu kapsamda desteklenecektir. Mersin ili ayrıca bünyesinde barındırdığı stratejik yatırım ile de ülkemiz ekonomisine katkı sağlayan önemli bir il konumundadır.

Son yıllarda devletin ekonomi içerisindeki teşvik edici rolünün artması birçok farklı sektörde yatırımların devlet eli ile desteklenmesine yönelik düzenlemelerin daha yoğun bir şekilde hayata geçirilmesine imkan sağlamıştır. Bu durumun bir sonucu olarak, günümüzde devlet; farklı sektörlerde faaliyet gösteren yatırımcıları, çeşitli kamusal teşvik mekanizmaları yolu ile desteklemekte, bu yolla ülkemizin ekonomik gelişmişlik düzeyine, istihdam seviyesine ve gayrisafi yurt içi hasılasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Mersin ili de bu düzenlemelerden istifade etmek isteyen yatırımcılar için önemli bir liman olma özelliğini sürdürmektedir.

‘Kilitli pizza kutusu’ ile pizza siparişleri güvende

Geçtiğimiz aylarda ünlü bir pizza firmasında çalışan kuryenin müşteriye siparişi teslim etmeden önce pizza kutusuna tükürmüş olması, bu alanda üretim yapan bir işletmenin benzeri olumsuzlukların tekrar yaşanmaması için “yenilikçi” bir çözüm bulmasını sağladı. Güvenlik kameralarına yansıyan ve toplumun tüm kesimlerinden tepki toplayan kuryenin çirkin davranışı, Mersin’de uzun yıllardır pizza işletmeciliği yapan Hasan ve Çeşminaz Tosun’a ilham kaynağı oldu.

Rocco’s Chef Pizza adındaki restoranları kendine has mönüsüyle damaklara hitap Tosun kardeşler, müşteriye pizzayı güvenli bir şekilde ulaştırmak için kilitli pizza kutusu geliştirdi. Müşteriler tarafından büyük ilgiyle karşılanan kilitli kutunun seri üretimine başlayan firma, aynı zamanda ürün için Türk Patent ve Marka Kurumu’na tescil için başvuruda bulundu. Siparişlerini “Bastır patlat, kendine çek. İlk sen aç, ilk sen dokun” sloganının yazılı olduğu kilitli pizza kutusuyla müşterileri iletmeye başlayan 2 kardeş, yurt dışına da bu buluşlarını taşımayı hedefliyor. Kentte 2’nci şubelerini açan Rocco’s Chef, “Kilitli Pizza Kutusu” ile maksimum müşteri memnuniyetini sağlıyor.

“UZUN SÜRE ARAŞTIRMA YAPTIM”

Eskişehir’de yaşanan ‘pizza kutusuna tükürme’ olayından sonra birçok ünlünün “Bundan sonra pizza yemeyeceğiz” şeklindeki açıklamaları üzerine sektördeki bu olumsuz durumu düzeltmek için başta Amerika, İngiltere ve Avrupa’nın çok sayıda ülkedeki tüm markaları araştırdığını ifade eden Hasan Tosun, “Özellikle Amerika’da hemen hemen her sokakta pizzacı var. Pizza bu ülkenin adeta bir milli yiyeceği gibi. Amerika’da da pizzada güvenlik ve hijyenle ilgili birçok olumsuz örnek olduğunu öğrendim. Neredeyse bütün dünyadaki markaları araştırdım. Uygulamalarda böyle kilitli bir pizza kutusunun olmadığını tespit ettim” diyor.

“ARTIK HERKESİN KAFASI RAHAT”

Yaklaşık olarak 15 yıl kağıt ve karton sanayindeki meslek gruplarında çalışıp, ardından pizza ustalığı yapmaya başlayan Hasan Tosun, eski mesleği olan ambalaj sektöründeki deneyimiyle uzun süre bu sorunun çözümü için çalışmalar yaptığını anlatıyor. Hasan Tosun, şöyle devam ediyor:

“Bulacağım çözümün gıdaya olumsuz bir etkisinin olmaması konusunda titizlik gösterdim. Yapıştırıcı ve paslanacak bir metal kullanmak istemiyordum. Çeşitli maketler üzerinde onlarca deneme gerçekleştirdim. Ancak kutu üzerinde açılmayan kilidi bir türlü bulamıyordum. Ama ısrarlı çabalarımda mutlu sona ulaştım ve kilitli pizza kutusunu tasarlamayı başardım. Pizza kutusuna herhangi bir ek müdahalede bulunmadım. İç kısmındaki kağıdını bir dil kilidi haline getirip, kutunun üst kısmındaki kağıdına ise açılabilme mekanizması olan perforaj ekledim. Müşterilerimiz bu projeyi çok sevdi. Şu anda üretim aşamasına geçtik. Tüketicilerimizden

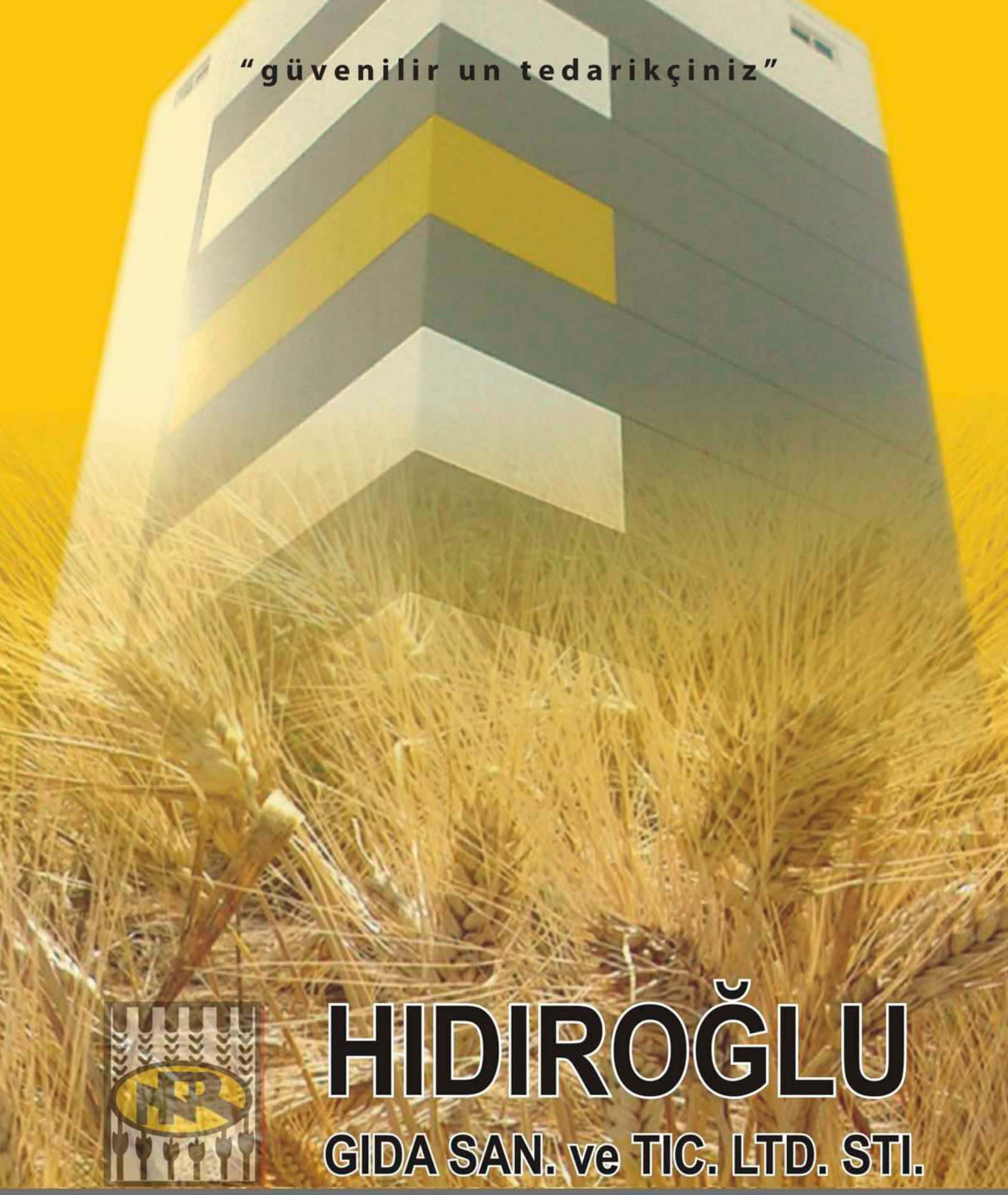
Hasan Tosun Çeşminaz Tosun

çok güzel dönüşler aldık. Artık biz işletme sahiplerin, kuryenin ve müşterilerimizin kafaları rahat. Artık herkes gönül rahatlığı ile pizza yiyebilir. Güvenlik ve hijyen için böyle bir tasarım şarttı. Biz de bunu başarmanın mutluluğunu yaşıyoruz.”

Geliştirdikleri bu uygulamanın pizzanın kutudan düşme riskini de ortadan kaldırdığına dikkat çeken Tosun, Eskişehir’deki olay sonrası kamuoyundan ve sosyal medyadan aldıkları “Artık pizza yemeyeceğim” algısının projeleriyle tersine dönmeye başladığına işaret ediyor. Tosun, “Artık müşterilerimiz gönül rahatlığı ile pizzalarını yiyebilirler. Çünkü bu kutu kilitlendikten sonra sadece tüketici kutuyu açarak, pizzaya dokunabiliyor” şeklinde konuşuyor.

“SORUNA KALICI ÇÖZÜM ÜRETTİK”

Ortağı ve aynı zamanda kız kardeşi olan Çeşminaz Tosun ise dünyanın her yerinde evlere servis edilen pizzanın bugüne kadar hep kilitsiz kutuda taşındığını hatırlatıyor. Artık dünyanın her yerine pizzanın ‘kilitli, güvenli ve korunaklı” bir şekilde ulaşmasını sağlayacak çok özel bir ürünü geliştirdiklerini kaydeden Çeşminaz Tosun, “Sticker ya da yapıştırıcı tedarik edilip sorun çözülebilir. Faka biz servis kutularının güvenli ve hijyenik olmasını istedik. Yaptığımız bu çalışmanın sektörde hak ettiği değeri göreceğine inanıyoruz” diye konuşuyor.



HIDIROĞLU
GIDA SAN. ve TIC. LTD. STI.

Öğretmenler Mah. 2971 Sokak No:3/A
MERSIN / TURKEY
Tel : +90. 324. 613 53 36 (pbx)
Fax : +90. 324. 613 68 86
e-mail :export@hidiroglu.com.tr.
www.hidiroglu.com.tr

“İşletmeler sürdürülebilir bir yapıya kavuşmalı”

Kentte hizmet üreten 9 bini kadın olmak üzere toplam 60 bin esnaf ve sanatkârı temsil eden Mersin Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği (Mersin ESOB), “Güçlü esnaf, yeni nesil sanatkar” vizyonuyla hareket ediyor. Esnaf ve sanatkârların sicil işlemlerinin sistemli bir şekilde yerine getirilmesi konusunda hizmetler sunan Mersin ESOB, aynı zamanda, kayıt dışı ile mücadelede; bünyesinde hukuk servisini ve denetim ekiplerini kuran ilk birliklerden biri olarak öne çıkıyor.

Mesleki Eğitim Merkezi’nde esnaflara yönelik “sosyal güvenlik, 4a SSK ve 4b BağKur” konularında kurslar düzenleyen Mersin ESOB, kurumda geliştirdiği istatistiki bilgi ve veri aracılığı ile üyelerini meslek kollarına ve sektörlere göre takip ediyor. 2015- 2017 yıllarında “Esnaf ve Sanatkârların Uyum Yeteneklerinin Arttırılması” projesi kapsamında yaklaşık 5 bin kişiyi eğitimden geçiren birlik, Çukurova Kalkınma Ajansı desteğiyle personeline “proje hazırlama ve kişisel gelişim” desteği sağlayarak fark yarattı. Her yıl düzenlenen Ahilik Haftası’nı çeşitli etkinliklerle kutlayan ESOB, ülkeyi ve Mersin’i ilgilendiren konulardaki aktif katılımlarıyla dikkat çekiyor.

Talat Dinçer

Mersin ESOB Yönetim Kurulu Başkanı Talat Dinçer, yerel, ulusal ve uluslararası alanda çeşitli projeler yürüttüklerini belirtiyor. “İşletme Kuruluş Desteği Programı ile Mersin’de esnafları ve girişimcileri yönlendirmek amacıyla; rakip, sektör, piyasa, finansa erişim, yasal mevzuat konularında fizibilite raporu hazırlayarak danışmanlık hizmeti vereceğiz. Bu sayede esnaf-sanatkâr işletmelerinin uzun süreli ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşmalarını hedefliyoruz” diyen Mersin ESOB Yönetim Kurulu Başkanı Talat Dinçer, Capital’in sorularını şöyle yanıtlıyor:

Kentteki esnafın sorunları neler?

Mersin’de şu anda küçük sanayi siteleri içerisinde sadece 2 bin 770 adet dükkan var. Yaklaşık 60 bin esnaf ve sanatkârı olan Mersin’de, bu dükkan sayısı ve mevcut sanayi alanları yetersiz kalıyor. Şehrin planlamasından kaynaklanan sorunlar nedeniyle 15-20 yıldır çözüm bekleyen sanayi sitelerinin taşınmasını; yapımı için ivedilikle yer tahsisi ve teşviki düzenlemelerinin hayata geçirilmesini bekliyoruz. Mersin’de sokak aralarına kadar yayılmış düzeyde zincir marketler faaliyet gösteriyor. Resmi internet sitelerinden alınan rakamlara göre 460’ın üzerinde zincir ve gros market var. Marketlerde tekstil, giyim, ayakkabı, gıda, temizlik, elektronik, elektrik gibi sektörlerde ürünler satılıyor. Bu sektörlerde faaliyet gösteren esnaf-sanatkarlarımız karşısında haksız rekabete neden oluyor. AVM’lerin kent içerisinde gelişigüzel açılmaması, çalışma saatlerinin düzenlenmesi konusunda yasal düzenlemelerin yapılması gerekiyor. Elektrik, doğalgaz ve akaryakıt fiyatlarında ulusal bir düzenleme yapılarak esnaf-sanatkarlara indirimler yapılabilir. Her 10 işletmeden 3’ü bir yıla varmadan kapanıyor. Her 10 işletmeden sadece 1’i 5 yıl ve üzerine çıkıyor. Yan yana açılan her işletme orta ve uzun vadede birbirlerine zarar veriyor. İşi bilen meslek sahibine ‘ustalık belgesine sahip olma şartı’ getirilmesinin lüzumlu görüyoruz. 4b SGK olarak işyerini işleten esnaf-sanatkârlar 9 bin günden emekli olurken, yanlarında çalıştırdıkları 4a’lı çalışanı 7 bin 200 günde emekli oluyor; bu da eşitlik ilkesine aykırıdır. Bir an önce bu kanun düzeltilmeli ve 4b’li BağKurluların da 7 bin 200 günden emekli olmaları sağlanmalı.

Yerli üretimin özendirilmesi konusundaki görüşlerinizi paylaşır mısınız?

Ülkemiz son 10 yıldır 10 bin dolar kişi başı gelir ile orta gelir tuzağını bir türlü aşamıyor. Bunun en önemli sebebi üretimin sistemli ve planlı bir şekilde olmaması ve ithal girdilere bağımlı olmamızdır. Yerli üretimi gerçekleştirecek en önemli güç ise esnaflar; yani KOBİ’lerdir. Özellikle yerli üretimi katma değeri yüksek, ihraç edebileceğimiz güçlü olduğumuz sektörlerde teşvik etmeliyiz. Birlik olarak bu konuda topyekûn bir program hayata geçirilmeli.

Son dönemde yaşanan ekonomik daralma esnaf kesimini nasıl etkilendi?

Ülkemiz son dönemlerde döviz kurlarında yükselme ve manipülasyona maruz kaldı. Bununla birlikte enflasyon, faizdeki yükselme de piyasada durgunluğa ve alım gücünün düşmesine neden oldu. Buna ek olarak elektrik, su, doğalgaz ve akaryakıta yapılan zamlar da esnaf ve sanatkarların girdi maliyetlerinde artışa yol açtı. Mersin’de Ekim ayı itibariyle yaklaşık 4 bin esnaf ve sanatkârın iş yeri kapanırken, 5 bin esnaf da iş yeri açtı.

“Ekonomi olumlu yönde gelişiyor”

İş dünyası için olduğu kadar toplumun diğer kesimleri için de örnek eğitim, rehberlik ve danışmanlık hizmetleri sunan Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (MÜSİAD) Mersin Şubesi, gıda, inşaat, hizmet, lojistik, makine, enerji, otomotiv, eğitim sektörlerinde faaliyet gösteren toplam 150 üyesiyle çalışmalarına devam ediyor. MÜSİAD Mersin Şube Başkanı Serdar Yıldızgörer, 1990’da bir grup iş adamı tarafından İstanbul’da kurduğu derneğin zaman içinde hızlı bir gelişim gösterdiğini belirtiyor.

1996’da kentteki sanayici ve işadamları tarafından açılan MÜSİAD Mersin Şubesi, kentteki çalışmalarına etkin biçimde devam ediyor. MÜSİAD’ın prensipleri ve hassasiyetleri olan güçlü bir STK olduğunu belirten MÜSİAD Mersin Şube Başkanı Yıldızgörer, “MÜSİAD olarak hakkın, hukukun, eşitliğin, barışın, refahın ve mutluluğun sağlandığı; bölgesinde, ekonomik ve siyasi alanda etkin, dünyada saygın bir Türkiye hayaliyle hareket ediyoruz” diyor. MÜSİAD Mersin Şube Başkanı Yıldızgörer, Capital’in sorularını yanıtladı.

Serdar Yıldızgörer

MÜSİAD Mersin Şubesi’nin faaliyetlerinden söz edebilir misiniz?

MÜSİAD Mersin, ilkeleri doğrultusunda çalışmalar yapan, projeler yürüten bir dernek. İş dünyasının sıkıntılarını dinlemek ve çözüm üretmek için her ay üye istişare toplantıları yapıyoruz. Bunun yanı sıra genel merkezimizin organize ettiği Karzı Hasen Yardım Sandığı ve MÜSİAD EXPO Fuar çalışmalarımız devam ediyor. 21-24 Kasım tarihleri arasında 124 ülkeden 7 binden fazla iş adamının katılımı ve 70 binden fazla ziyaretçisiyle MÜSİAD EXPO Fuarı’nı gerçekleştirdik. Şu anda sektör bazlı yönetimler oluşturuyoruz. Bütün sektörlerin beyni olacak bu çalışmayı çok önemsiyoruz. Oluşturduğumuz sektör bazlı yönetimler, iş adamlarını bire bir dinleyip sorunlarını raporlayacak. Bu raporları yetkili mercilerle paylaşıp çözüm üretmek için çaba sarf edeceğiz.

MÜSİAD Mersin’e göre kentin sorunları ve bunlara ilişkin çözüm önerileri nelerdir?

Mersin stratejik bir şehir. Kent, ticareti, hinterlandı, sahilleri, iklim şartları, insan kaynağı; özetle yaşanabilir bir kent olmasıyla da Türkiye için önemli. İldeki dinamizm oldukça yüksek seviyede. Kentin en büyük sorunu bize göre turizm. Çok güzel sahillerimiz ve koylarımız olmasına rağmen yeterli oranda yerli ve yabancı turist çekemiyoruz. Bu sorunun Kazanlı turizm bölgesinin açılması ve batıdaki ilçelerimizin ‘turizm yatırım kapsamına’ alınmasıyla aşılması planlanıyor. Kentin problemlerinden biri de ‘kolay ulaşım’ konusudur. Çukurova Bölgesel Havalimanı’nın açılmasıyla bu sorun da ortadan kalkacak. Ayrıca Mersin-Antalya yolu da önemli bir ölçüde tamamlandı. Bu da turizm hareketliliğini arttıracak. Bu projelerin mimarı Lütfi Elvan’a teşekkür etmeden olmaz tabii. Kendisi bu projeler için özveri ve fedakarlıkla çalıştı. Bir kez daha MÜSİAD Mersin olarak kendilerine teşekkür ediyoruz.

Ülke ve Mersin ekonomisini değerlendirebilir misiniz?

Geçtiğimiz aylarda ülkemiz üzerinde oynanan finansal oyunlar hepimizin malumudur. Bu konuda hükümetin attığı adımları MÜSİAD olarak biz de destekledik. Bu saldırılara karşı gereken tavrımızı ortaya koyduk. Bu saldırıların elbette ki, ekonomimiz üzerinde baskısı oldu. Hükümet üretici ve tüketiciyi destekleyen politikalarla söz konusu baskılara karşı güçlü bir tavır sergiledi. Şu anki ekonomik gelişmeleri olumlu buluyorum. Ekim ayı ihracat rakamları yüzde 13,1 artışla 15 milyar 732 milyon dolar olarak açıklandı. Açıklamada dikkat çeken bir cümle var: ‘Cumhuriyet tarihinin en yüksek aylık ihracat rakamı.’ Bu rekorun, finansal saldırıların düzenlendiği aylarda gelmesi, ülke ekonomisinin olumlu gidişatını göstermiştir. Ülke ekonomisi olumlu yönlü devam ederken Mersin ekonomisinin yerinde sayması mümkün değil. Açıklanan Ekim ayı ihracat raporlarında Mersin en çok ihracat yapan iller arasında 14’üncü sırada yer alıyor. İlin ihracatı 10 milyon 635 bin dolar artarak, Ekim ayındaki toplam ihracatı 176 milyon 896 bin dolar oldu. Yurtiçi ticaretimiz ve turizm gelirlerimiz bu rakama dahil değil. Mersin, gelecekte Türkiye ticaretinde çok önemli bir kent olacak.

MÜSİAD Mersin Şubesi’nin sosyal ve kültürel faaliyetleri nelerdir?

Geleceği inşa ederken entelektüel birikime ve bilimsel araştırmalara önem veriyoruz. Bu kapsamda 14 okulda ‘Z Kütüphane’ projemiz devam ediyor. Merkez Akdeniz ilçesinde engelli öğrencilerin eğitim gördüğü bir okula beceri kazandırma sınıfı inşa ediyoruz. Engelli bireylerin görsel ve işitsel eğitimleri için oyuncaklardan teknoloji kullanımına kadar donanımlı bir sınıf hazırlıyoruz.

"Üniversitemiz bölge ekonomisine katkı sağlıyor"

Vakfın 33 yıllık eğitim-öğretim deneyimi ile hareket eden Çağ Üniversitesi, öğrencilerini uluslararası standartlarda rekabet edecek güçte yetiştirmeye gayret gösteriyor. Ekonomi alanında 2 milyon 300 binden fazla araştırmayı endeksleyen dünyanın en büyük bibliyografik veri tabanı olan Ideas-Repec'in 30 ayrı kritere göre yaptığı prestijli sıralamada Çağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Avrupa'da ilk 100 üniversite arasına girmeyi başarmıştı.

Çağ Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanı Lütfi Bayboğan, eğitime yapılacak yatırımların bireylerin verimliliği üzerindeki etkilerine dikkat çekiyor. Globalleşmeyle birlikte ortaya çıkan yeni dünya düzenindeki gelişmelerin aileleri ve öğrencileri, uluslararası standartlarda eğitim veren yükseköğretim kurumlarına yönlendirdiğini belirten Bayboğan, "Bu bağlamda Çağ Üniversitesi; dünya standartlarında spor kompleksleri, uluslararası markaları barındıran yiyecek içecek alanları, son teknolojiye sahip akademik donanımı ve doğayla iç içe 500 bin metrekare görkemli kampüsüyle kaliteli eğitim vermek için önemli yatırımlar yapıyor. Bu yatırımlarla yetiştirilen kalifiye elemanlar, bölgemize ve ülkemize hizmet ediyorlar. Böylelikle beyin göçünün de önüne geçilmesine destek olunuyor. Ayrıca bünyesinde bin kişiyi istihdam eden üniversitemiz bölge ekonomisine de katkı sağlıyor" diyor.

Lütfi Bayboğan

Global ölçekteki kaliteyi Çağ Koleji ve Çağ Üniversitesi için yakaladıklarını dile getiren Bayboğan, "Sahip olduğumuz kaliteyi daha da ileriye taşımak için çalışmalarımıza devam ediyoruz" açıklamasını yapıyor.

"10 yıldır organik sertifikalı bal üretiyoruz"

Mersin'inde 2bin500 metre rakıma sahip Eğriçayır Yayla'sında üretilen Şahbaz Çaylı Eğriçayır Balı, uluslararası arenada kazandığı ödüllerle dikkat çekiyor. Ürün gamında organik bal, organik polen, organik arı sütü ve organik propolis, bunlardan üretilmiş organik kozmetik ürünler ve organik ballı dondurma gibi inovatif ürünler barındıran şirket, web sitesi üzerinden de satış yapıyor.

2009 yılında Fransa'dan 'Gümüş Madalya'alan firma, 2011'de Slovenya'da düzenlenen Dünya Tıbbi Arı Ürünleri Kongresi'nde dünyanın en iyi 2'nci balı seçildi.

Eğriçayır balı; İtalyan Tarım Bakanlığı tarafından yapılan "Uluslararası En İyi Organik Bal Yarışması'nda (BİOLMİEL) Avrupa Birliği ülkelerinden gelen uzman jüri üyelerince' gümüş madalya' ile ödüllendirildi. 2017'de İstanbul'da düzenlenen Apimondia Uluslararası Arıcılık Kongresi'ndeki yarışmada ürettiği 'polifloralbal'ile altın madalya kazanan firma, Avrupa Birliği ve Ortadoğu ülkeler ile Japonya'ya ihracat gerçekleştiriyor.

Celal Çay

Eğriçayır balının tescillenmiş kalitesi Çay ailesinin 300 yıllık geleneği ve arıcılık tecrübesinin ürünü olduğunu söyleyen Şirket Sahibi Celal Çay, "Eğriçayır Yaylası'nda üretilen ballarımız çiçek çeşitliliği nedeniyle aroma bakımından çok zengin. Ailemizin asırlardır ürettiği ve sadece Mersin çevresine pazarladığı arı ürünlerini son 10 yıldır 'organik sertifikalı' olarak üretiyoruz. Bal çeşitlerimizi İstanbul başta olmak üzere tüm Türkiye'ye ve bunun yanında Avrupa Ortadoğu ülkelerine ihracatlar yaparak tüketicilerimize ulaştırıyoruz." diyor.

Yüzyıllardır
Ticaret ve Sanayiye Açılan Kapı
TARSUS

Tarsus Sağlıklı
Roma Ticaret Yolu Kapısı

TARSUS
1879
TİCARET VE SANAYİ ODASI

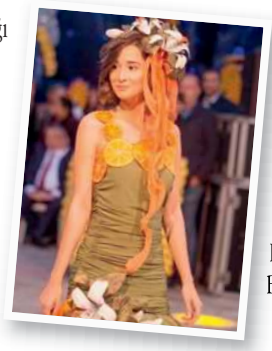
Tel: 0 324 613 55 50 (4 Hat) • Fax: 0 324 613 55 54
www.tarsustso.org.tr • tarsustso@tarsustso.org.tr

Narenciyenin başkenti Mersin'de festival coşkusu

Dünyanın en büyük 8. narenciye üreticisi olan Türkiye'nin ürettiği narenciyenin yüzde 25'ini Mersin karşılıyor. Ayrıca ülkede gerçekleştirilen narenciye ihracatının yüzde 35'ini yapan Mersin, bu alanda ilk sırada yer alıyor. Narenciye ürünlerini bütün dünyaya tanıtmak; tüketimini özendirmek ve marka değerini arttırmak amacıyla organize edilen 6. Uluslararası Mersin Narenciye Festivali, 17-18 Kasım tarihleri arasında gerçekleşti. Yaklaşık 30 ülkeden 700 gösteri sanatçısının katıldığı etkinlik, renkli görüntülere sahne oldu.

Mersin Valiliği himayesinde, Mersin Ticaret Borsası koordinatörlüğünde; Büyükşehir Belediyesi, Akdeniz, Toroslar, Yenişehir ve Mezitli İlçe Belediyeleri ile çok sayıda kuruluşun desteğiyle bu yıl 6'ncısı düzenlenen 'Mersin Narenciye Festivali' coşkulu bir şekilde gerçekleşti. Etkinlik, 30'a yakın ülkeden yaklaşık 700 gösteri sanatçısın katıldı. 2 bin 500 kişilik dev kortej ve narenciye temalı figürlerle renkli görüntüler izleyenler tarafından ilgiyle karşılandı. Yerli ve yabancı yaklaşık 300 bin konuğun 2 gün boyunca keyifli anlar yaşadığı festivalde, kortejde yer alan yabancı dans toplulukları kendi ülkelerine ait kostümlerle gösteriler yaparak şenliğe renk kattı. Narenciye ürünlerinin kullanıldığı ahtapot, gemi, yılan, tren, timsah, uçak, semazen, aslan, fil, ayı, kaplumbağa, araba, mantar gibi farklı mobil figürler büyük bir hayranlıkla izlendi. Genç yaşlı yüzlerce kişi, portakal, mandalina, limon ve greyfurttan oluşan renkli figürlerle fotoğraf-video çekerek bu heyecana ortak oldu.

"Mersin Narenciyedir, Narenciye Hayattır" teması ile tanıtımı yapılan festival; kültür, sanat ve spor toplulukları, zirai birlikler, kamu ve sivil toplum kuruluşları, palyaço ve maskotlar, bisiklet ve motorsiklet kulüpleri, klasik otomobil tutkunları ve yürüyen resim sergisi ile adeta bir şölene dönüştü.



70 bin kilo narenciyenin süsleme aracı olarak kullanıldığı organizasyon için Mersin'e gelen yabancı gösteri grupları, 55 yerli grup ile birlikte coşku dolu bir hava estirdi. Programda ayrıca Narenciyeli Lezzetler Sergisi, gastro şovlar, fotoğraf, satranç ve yelken yarışları, Flyboard gösterileri, halkoyunları, mini konserler, defileler, dans gösterileri ve çeşitli mizansenlerle davetliler unutulmayacak keyif dolu anlar geçirdi. Aktivitede narenciye dışındaki Mersin'e özgü değerlerin tanıtımı için de 150 stant kuruldu. Katılımcılara 5 bin Türk bayrağı, binlerce limon fidesi, magnetler, anahtarlık ve 3 boyutlu Mersin kartpostalları, Mersin'e özgü kitaplar ve yayınlar ile tanıtım broşürleri dağıtıldı.

Adnan Menderes Bulvarı sahil şeridinde düzenlenen açılış törenine Mersin Valisi Ali İhsan Su, Mersin Milletvekilleri Hacı Özkan, Alpay Antmen, Cengiz Gökçel ve Baki Şimşek, Büyükşehir Belediye Başkanı Burhanettin Kocamaz, Ticaret Borsası ve Narenciye Festivali İcra Kurulu Başkanı Abdullah Özdemir, il ve ilçe protokolü, siyasi parti ve

sivil toplum kuruluş temsilcileri ile çok sayıda yerli ve yabancı izleyici katıldı.

Abdullah Özdemir
Mersin Ticaret Borsası ve Festival İcra Kurulu Başkanı

Ali İhsan Su
Mersin Valisi

Burhanettin Kocamaz
Mersin Büyükşehir Belediye Başkanı

TÜRKİYE'YE MAL OLACAK

Festivalin açılış konuşmasını yapan Mersin Ticaret Borsası ve Festival İcra Kurulu Başkanı Abdullah Özdemir, Mersin için, Mersinliler için ve narenciye için yola çıktıklarını söyledi.

10 bin saati aşan işgücünün harcandığı ve 500 bin adet narenciyenin süsleme aracı olarak kullanıldığı Türkiye'nin tek festivalini düzenlediklerini belirten Özdemir, "Bu festivalde emek var, ekip çalışması var, sanat ve hayal gücü var. Yüz binlerce Mersinliye, 2 gün süren, coşku ve eğlence dolu bir şenlik ortamı sunuyoruz" dedi. En büyük temennilerinin üreticilerin ve ihracatçıların alın terlerinin karşılığını almaları olduğunu ifade eden Özdemir, şöyle devam etti: "Kentimizin toplam ihracat gelirinin yüzde 20'si narenciyeden geliyor. Rize için çay, Ordu ve Giresun için fındık, Malatya için kayısı ne ise, Mersin için de narenciye odur. Narenciye ürünlerinde arz fazlamız var. Narenciye tüketiminin ve ihracatının artması ana hedefimiz olmalıdır. Narenciyede marka yaratmanın ve marka değerini artırmanın yollarını bulmalıyız. Tüm bu sorunlarımızın aşılmasında Cumhurbaşkanımızın desteklerini esirgemeyeceğine gönülden inanıyoruz."

"Mersin'i Akdeniz'in incisi" olarak tanımlayan Abdullah Özdemir, "Kentimizin gülen yüzünü tüm dünyaya göstermek için bir araya geldik. Birlik ve beraberlik ruhuyla Mersin ve narenciye için el ele verdik. Narenciye Festivalini halkımızın da sahiplenmesiyle Mersin'in ve Türkiye'nin festivali yapmak istiyoruz" açıklamasını yaptı.

NARENCİYEDE DÜNYADA ÜST SIRADA

Vali Ali İhsan Su ise Mersin'in narenciye üretiminde sadece Türkiye'nin değil, dünyanın sayılı illeri arasında yer aldığını kaydetti. Vali Su, konuşmasında şunları söyledi:

"Kentin tüm dinamikleri olarak görsel şölen havasında düzenlediğimiz bu festival ile narenciye çok daha iyi bir şekilde tanıtılacak. Ayrıca, dünya genelinde marka değerimizin artırılmasına, narenciyenin daha fazla tüketilmesine, narenciye ile nelerin yapılabileceğinin ortaya konmasına ve yeni pazarların bulunmasına önemli katkılar sağlayacak."

MERSİN MARKASINA KATKI KOYACAK

"Bugün, yüreğimizde, birçok rengin ahengiyle bir aradayız. Mersin'de üretilen ve nesillere yön veren narenciyenin, bize kazandırdıklarını büyük bir coşkuyla yaşamak için buradayız" diye sözlerine başlayan Büyükşehir Belediye Başkanı Burhanettin Kocamaz, "Doğamızın bize sunduğu bu eşsiz nimetin birleştirici gücüyle düzenlediğimiz 6'ncı Uluslararası Mersin Narenciye Festivali'nin kentimize hayırlı uğurlu olmasını dilerim" dedi.

Uluslararası Mersin Narenciye Festivali'nin kentlilik bilincinin oluşturulmasına da katkı sunduğunu belirten Kocamaz, "Mersin topraklarının en güzel rengini oluşturan narenciyemiz; yerel, ulusal ve uluslararası alanda, kentimizi tanıtmada, marka değerini yükseltmede çok büyük önem taşımakta" diye konuştu. Tarımın Mersin'i Mersin yapan en önemli değerlerden biri olduğuna hatırlatan Burhanettin Kocamaz, sözlerini şöyle sürdürdü: "Çünkü tarım; insan demektir. Emek demektir. Umut demektir. Bu sebeple kentimizdeki üreticiyi destekliyor, yerelde kalkınmaya özen gösteriyoruz. Son 4 yılda gerçekleştirdiğimiz yatırımlarla sulu tarım uygulamalarını ilimiz genelinde hızla yaygınlaştırdık ve yaygınlaştırmaya da devam ediyoruz. 202 mahallemizde Sulama Kooperatifleri kurulmasını sağladık. Buralardaki sulama tesislerine 535 bin metre sulama borusu teslim ettik. Su kaynağı olmadığı için nadasa bırakılan toprakları sebze ve meyve tarımına uygun hale getirdik. 162 bin dekar arazide damla sulama sistemine geçilmesi için gerekli altyapıyı oluşturduk. Tüm bu çalışmalarımızın yanında, Mersin'in tarımsal simgesi haline gelen narenciyenin adını tüm dünyaya duyurmak için de çalışıyoruz."

Özlem Bay Yılmaz / obay@ekonomist.com.tr

Yeni hedef yabancı yatırımcı

Önemli bir turizm potansiyeli barındırmasına rağmen yıllardır sektörde istediği noktaya gelemeyen Mersin, önümüzdeki yıllarda turizmde atağa geçecek. Bugüne kadar ağırlıklı olarak yerli turist çeken kent, Çukurova Bölgesel Havaalanı'nın tamamlanması ile birlikte yabancı turistleri ve turizm yatırımcılarını da çekecek.

Mersin, kalkolitik, ilk tunç ve orta tunç çağlarından bu yana bir yerleşim yeri. Kentte Hititler, Asurlar, Fenikeliler, Frikyalılar, Yunanlılar, Selefkoslar, Araplar, Selçuklular, Karamanoğulları ve Osmanlıların kültür birikimi mevcut. Çok eski dönemlere kadar uzanan tarihi geçmişi ve coğrafi konumu ile önemli bir yerleşim yeri olması Mersin'e, turizm açısından çok önemli avantajlar sağlıyor.

608 kilometre kara sınır, 321 kilometre deniz sınırı ve 15 bin 953 kilometrekare yüzölçümüne sahip olan Mersin; ılıman iklimi, temiz kumsalları, görülmeye değer doğa güzelliği ile turistik potansiyeli yüksek iller arasında sayılıyor. Kentin binlerce yıllık yerleşim bölgesi olması nedeniyle el sanatları, yörük gelenek ve görenekleri, yöresel yemekleri, halk oyunları, türküleri, ezgileri ile çok farklı ve renkli bir görünüme sahip olduğunu belirten sektör temsilcileri, "İl, doğal zenginlikler bakımından ise yaylalar, trekking ve kış sporu için Bolkar Dağları, yat turizmi için doğal koylar ve sağlık turizmi için şifalı su kaynaklarına sahip. Ancak maalesef bugüne kadar Mersin turizm potansiyelini iyi değerlendiremedi. Turizm sektörü yerli turist yoğun geçiyor. Önümüzdeki dönemde ise ulaşım imkanları ve turizm yatırımlarının artması ile birlikte kentin turizm ayağının güçlenmesini bekliyoruz" değerlendirmesinde bulunuyor.

KIŞ TURİZMİ

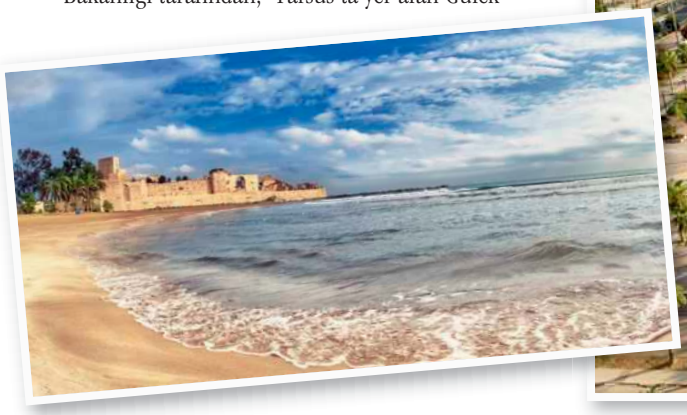
Mersin, turizm çeşitlemesi anlamında yüksek bir potansiyel barındırıyor. Öyle ki Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından, Tarsus'ta yer alan Gülek

Elif Hatun Konağı Ortağı **Yeşim Sancaktar**

MARKA KENT OLACAK

TURİZM ÇEŞİTLİLİĞİ VAR 5 yıldır iki kardeş olarak 250 yıllık bir geçmişe sahip olan Elif Hatun Konağı'nı işleterek Mersin'de turizm sektöründe faaliyet gösteriyoruz. Mersin tüm ilçeleri ile turizmin tüm çeşitliliğini içinde barındıran nadir bir şehir. Deniz, kültür, sağlık, kış turizmi ve bakanlık projeleri kapsamındaki golf turizmi gelişmiş durumda.

FESTİVALLERİN ETKİSİ Mersin, altyapı ve tanıtım çalışmalarının hızlanması ile 'marka kent' konumuna gelecek. Kentimize dünyanın her yerinden turist geliyor. Ancak 5-6 yıl öncesine kadar yapancı turistler ağırlıktayken son yıllarda yerli turist te artış oldu. Festivallerin bu durumda büyük etkisi var.



TARSUS TİCARET BORSASI

Çukurova Turistik İşletmeciler ve Otelciler Birliği Başkanı (ÇUKTOB) **Murat Demir**

"ÇUKUROVA DESTİNASYONU ÖNEMLİ"

KENTİN ÇIKIŞ YAPMASI BEKLENİYOR Mersin, tarihi dokusunun yanı sıra inanç turizmi açısından önemli değerlere sahip olmasına karşın yıllardır turizmde beklenen çıkışı yakalayamadı. Mersin'de turizmin gelişmesinde yerel yöneticilere ciddi görevler düşüyor. Mersin, turizmdeki potansiyelini harekete geçirdiği taktirde, her alanda bir değişim ve dönüşüm yaşanacak.

TURİZME KATKI SAĞLANACAK Mersin'in turizmde umudu 'Çukurova destinasyonu.' Çukurova destinasyonu olarak turizmin tüm çeşitliliğine sahibiz. Çukurova bölgesinde yer alan Adana, Mersin, Hatay ve Osmaniye'deki turizmciler olarak hep birlikte hareket edeceğiz. İllerin değil bölgenin turizmde kalkınması için şehrin tüm dinamikleriyle bir araya gelerek, ortak bir çalışma içerisinde turizme katkı sunmaya çalışıyoruz.

Karboğazı Bölgesi, 'Kış Turizm Merkezi' ilan edilmiş olup, bu bölgeye ait altyapı çalışmaları devam ediyor. Sağlık turizmi açısından; Mersin Güneysu - Güney yolu içmesi, Tarsus Keş bükü içmesi, Silifke Saparca ılıcası, Mut Hocantı Kaplıcası'nın mide, bağırsak, deri hastalıklarına ve romatizmaya iyi geldiği biliniyor. Çamlıyayla/Cocak-Cehennem Deresi Dağ Keçisi Koruma alanı olarak av turizmine hizmet veriyor.

Mersin ayrıca; Göksu Deltası, Taşucu Paragöl, Göksu Vadisi, Servatul Geçidi, Cehennem Deresi, Lamas Çayı Vadisi, Pozantı Geçidi, Seyhan Nehri-Yekköprü Su Tüneli gibi gezip görmeye değer çok sayıda doğal zenginliklere sahip bir il.

Toros Yaylaları hem tarihsel ve kültürel değerleri ve hem de flora ve fauna yönünden oldukça zengin olup ziyaretçilere doğal yaşamı tanıma keyfi yaşatması açısından da son derece çekici.

DENİZ SEVENLERİ ÇEKİYOR

Bugün, Akdeniz, Mezitli, Toroslar ve Yenişehir merkez ilçeler olmak üzere, Anamur, Aydıncık, Bozyazı, Çamlıyayla, Gülnar, Erdemli, Mut, Silifke ve Tarsus olmak üzere 13 adet ilçesi bulunan kent, ülkemizin en hızlı gelişen bölgelerinden biri sayılıyor.

Yıllık ortalama sıcaklığın 18,7 derece olduğu Mersin'de yıl içinde sıcaklığın en düşük olduğu aylar ocak ve şubat; en yüksek olduğu aylar ise temmuz ve ağustos olarak sırlanıyor. İlde yıllık ortalama kapalı günlerin sayısı 40,7 gün ile sınırlı. Deniz suyunun ortalama sıcaklığı ise 20,8 derece. Bu verilerden de anlaşılacağı gibi kent deniz turizmi için ideal koşullara sahip.

Mersin'de konaklayan toplam turistin önemli bölümü yerlilerden oluşuyor. Yerli turistler daha çok yaz aylarında güneş-deniz turizmi amacıyla Mersin'i tercih ediyor. Yabancı turistlere bakıldığında ise genellikle Antalya-Kapadokya geçişini yapan turistlerin kente uğradığı gözleniyor. Mersin'de konaklama süreleri ise daha kısa. Temmuz ve ağustos gibi yaz aylarında sahil boyunca sıralanmış olan belediye belgeli tesislerde doluluk oranlarının ise yüzde 100'lere yaklaştığı belirtiliyor.

HAVALİMANI ETKİSİ

Çukurova Bölgesel Havaalanı'nın tamamlanması turizm yatırımcılarının Mersin'e ilgilerini çekme açısından önemli bir etken. Adana ve Mersin arasında kurulacak havaalanı her iki şehre de yakın olması nedeniyle Çukurova Bölgesi'ne hitap edecek. Havalimanı sayesinde uzak ülkeler için bile Mersin kolay ulaşılabilecek bir turizm ve ticaret kenti haline gelecek. Bugüne kadar hava ulaşımı olmayan şehir, bunun neden olduğu dezavantaj nedeniyle yeterince ziyaretçi ve turist çekemiyordu. Bu konudaki olumlu sonuçların çok hızlı bir şekilde yaşanacağı öngörülüyor.

MERSİN LİMANI BÜYÜYOR, ROTALAR YENİDEN ÇİZİLİYOR

MERSIN PORT CONTINUES TO EXPAND, REDRAWING ROUTES

Dünyanın en büyük 100 limanından biri olan MIP, Türkiye'de lider konumdadır.

MIP, one of the top 100 ports of the World, is in the leading position in Turkey.

www.mersinport.com.tr

MIP
MERSIN INTERNATIONAL PORT
A MEMBER OF PSA GROUP

4. ULUSLARARASI MERSİN MARATONU

16 Aralık 2018

Engelleri aşmak için "Mersin'e Koş Mersin'de Koş"...

BAŞVURULAR / www.mersinmaraton.org

mersinmaratonu

BURHANETTİN KOCAMAZ
MERSİN BÜYÜKŞEHİR BELEDİYE BAŞKANI

MERSİN
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

@MersinBuyuksehirBelediyesi @mersin_bld www.mersin.bel.tr ALO 444 2 153 533 155 2 153 mersintv.net [Büyükşehir Televizyonu]

Capital INFOCARD

ARALIK 2018

GEÇMİŞTEKİ 1 LİRANIN BUGÜNKÜ SATIN ALMA GÜCÜ

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık	Ortalama
1988	12.402,0333	11.700,0314	11.125,9333	10.545,9083	9.930,2338	9.594,4288	9.508,8492	9.329,7186	9.111,0533	8.603,4498	8.147,2062	7.737,1379	9.811,3320
1989	7.548,4272	7.081,0762	6.897,6000	6.696,6991	6.305,7430	6.122,0806	5.996,1612	5.820,3856	5.623,5609	5.325,3418	5.014,4461	4.807,7144	6.103,2697
1990	4.699,6231	4.527,5752	4.317,7334	4.104,3093	3.850,1963	3.734,4290	3.682,8689	3.609,9479	3.521,9004	3.240,0188	3.033,7254	2.889,2623	3.767,6325
1991	2.840,9659	2.708,2611	2.602,5957	2.492,9078	2.338,5626	2.263,8554	2.197,9179	2.123,1819	2.041,5210	1.924,1480	1.805,0169	1.715,7955	2.254,5608
1992	1.643,4823	1.502,2690	1.436,7531	1.369,6407	1.319,4997	1.307,7301	1.301,2240	1.259,4115	1.213,3059	1.129,7076	1.049,9141	1.000,8714	1.294,4841
1993	974,5583	925,5065	885,9913	845,4115	809,7811	773,4299	759,7544	743,2541	723,7138	685,3351	641,0992	602,5369	780,8643
1994	581,5993	557,0874	531,2678	505,0074	404,9779	368,1617	364,8778	359,4147	352,3674	328,7009	300,1835	277,6905	410,9447
1995	261,2329	243,9149	234,1733	224,0893	211,8046	205,0384	199,8425	192,4894	184,5536	171,3589	161,2031	153,9667	203,6390
1996	148,3301	136,9623	130,1181	123,2179	115,4807	110,5078	107,8125	103,3479	98,6144	92,9447	87,2721	82,9582	111,4639
1997	80,2304	75,7605	72,1117	68,4172	64,1812	61,3001	59,5725	56,3493	53,0596	49,4498	45,6600	42,8330	60,7438
1998	40,7545	38,0173	36,5692	35,0615	33,4876	32,3552	31,5968	30,5224	29,3485	27,5056	25,9243	24,8555	32,1665
1999	24,0614	22,9594	22,1274	21,2559	20,2630	19,6920	19,0629	18,3792	17,6384	16,6400	15,6538	15,0228	19,3963
2000	14,1859	13,5232	13,1857	12,8141	12,5260	12,2563	12,1711	11,9653	11,7077	11,3557	11,0143	10,6213	12,2772
2001	10,3622	10,1095	9,5589	9,0093	8,1680	7,7717	7,5380	7,3599	7,1525	6,7540	6,3657	6,1091	8,0216
2002	5,9197	5,6217	5,5738	5,5077	5,3944	5,3622	5,3302	5,2401	5,1273	4,9539	4,7957	4,6605	5,2906
2003	4,5871	4,4709	4,3508	4,2200	4,1332	4,0681	4,0762	4,0877	4,0795	4,0035	3,9482	3,8860	4,1593
2004	3,8514	3,8261	3,8025	3,7664	3,7480	3,7316	3,7368	3,7260	3,6975	3,6631	3,5828	3,5362	3,7224
2005	3,5249	3,5056	3,5049	3,4958	3,4712	3,4395	3,4361	3,4558	3,4267	3,3921	3,3324	3,2864	3,4393
2006	3,2727	3,2483	3,2412	3,2324	3,1897	3,1308	3,1202	3,0939	3,1076	3,0680	3,0296	2,9910	3,1438
2007	2,9841	2,9546	2,9419	2,9151	2,8802	2,8659	2,8728	2,8939	2,8934	2,8639	2,8129	2,7591	2,8865
2008	2,7531	2,7312	2,6964	2,6708	2,6267	2,5881	2,5975	2,5825	2,5887	2,5771	2,5118	2,4911	2,6179
2009	2,5014	2,4941	2,5027	2,4754	2,4749	2,4592	2,4565	2,4504	2,4577	2,4482	2,3906	2,3606	2,4560
2010	2,3481	2,3055	2,2725	2,2594	2,2460	2,2541	2,2668	2,2777	2,2686	2,2411	2,2008	2,2001	2,2617
2011	2,2068	2,1977	2,1818	2,1727	2,1540	2,1031	2,1336	2,1423	2,1268	2,1110	2,0441	2,0094	2,1319
2012	1,9978	1,9867	1,9756	1,9675	1,9381	1,9422	1,9598	1,9643	1,9534	1,9335	1,8963	1,8891	1,9504
2013	1,8820	1,8514	1,8459	1,8338	1,8261	1,8234	1,8096	1,8040	1,8058	1,7920	1,7603	1,7602	1,8162
2014	1,7521	1,7181	1,7107	1,6916	1,6693	1,6626	1,6575	1,6500	1,6486	1,6463	1,6156	1,6127	1,6696
2015	1,6198	1,6022	1,5909	1,5722	1,5469	1,5383	1,5462	1,5448	1,5387	1,5251	1,5018	1,4918	1,5516
2016	1,4887	1,4621	1,4624	1,4630	1,4516	1,4433	1,4365	1,4200	1,4242	1,4216	1,4014	1,3942	1,4391
2017	1,3717	1,3388	1,3280	1,3146	1,2976	1,2918	1,2953	1,2933	1,2866	1,2783	1,2523	1,2339	1,2985
2018	1,2254	1,2131	1,2043	1,1925	1,1706	1,1519	1,1226	1,1165	1,0914	1,0267	1		1,1377

NOT 1: 1983-87 dönemi için 1978-79=100 Tüketici Fiyat Endeksi, 1988-94 yılları için 1987=100 Tüketici Fiyat Endeksi, 1995-2003 dönemi için 1994=100 Tüketici Fiyat Endeksi, 2004 ve sonrası için ise 2003=100 Tüketici Fiyat Endeksi esas alınmıştır.

NOT 2: Bu tablodan şu şekilde yararlanabilirsiniz: Örneğin, 1990 Ocak ayında 300 TL maaş alıyordunuz. Bu maaşın bugünkü değerini hesaplamak için, tablodan Ocak '90 sütununu buluyorsunuz. Bu rakam 4.699,6231'dir. 2018 Kasım değerini bulmak için, o gün aldığınız maaş olan 300 TL ile 4.699,6231'i çarpıyorsunuz. Sonuçta bulduğunuz 1.409,886 TL sizin 1990 Ocak ayında aldığınız maaşın bugünkü değeridir. Yapacağınız hesaplamalarda 1 Ocak 2005 tarihinde paramızdan 6 sıfır atıldığını unutmayınız.

YILLARA GÖRE ENFLASYON (%) Kaynak: TÜİK

Yıl	Toptan Eşya Fiyatları (*)		Tüketici Fiyatları	
	Yıl sonu	Ortalama	Yıl sonu	Ortalama
1996	84,9	75,9	79,8	80,4
1997	91,0	81,8	99,1	85,7
1998	54,3	71,8	69,7	84,6
1999	62,9	53,1	68,8	64,9
2000	32,7	51,4	39,0	54,9
2001	88,6	61,6	68,5	54,4
2002	30,8	50,1	29,7	45,0
2003	13,9	25,6	18,4	25,3
2004	13,8	11,1	9,3	10,6
2005	2,66	5,89	7,72	8,18
2006	11,58	9,34	9,65	9,60
2007	5,94	6,31	8,39	8,76
2008	8,11	12,72	10,06	10,44
2009	5,93	1,23	6,53	6,25
2010	8,87	8,52	6,40	8,57
2011	13,33	11,09	10,45	6,47
2012	2,45	6,09	6,16	8,89
2013	6,97	4,48	7,40	7,49
2014	6,36	10,25	8,17	8,85
2015	5,71	5,28	8,81	7,67
2016	9,94	4,30	8,53	7,78
2017	15,47	15,82	11,92	11,14

(*) 2005 yılından itibaren üretici fiyat artışlarını (ÜFE) göstermektedir.

DÖNEM SONU BİST BİLEŞİK ENDEKSİ (TL bazında)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Ocak	46.003	41.183	42.698	25.934	54.651	63.278	57.171	78.783	61.858	88.945	73.481	86.296	119.529
Şubat	47.015	41.774	44.774	24.027	49.705	61.284	60.721	79.333	62.553	84.147	75.955	87.478	118.951
Mart	42.911	43.661	39.015	25.765	56.538	64.435	62.423	85.898	69.736	80.846	83.447	88.947	114.930
Nisan	43.880	43.940	43.468	31.652	58.959	69.250	60.010	86.046	73.871	83.947	85.664	94.655	104.283
Mayıs	38.132	47.081	39.970	35.003	54.385	63.046	55.099	85.990	79.289	82.981	79.106	97.542	100.652
Haziran	35.453	47.094	35.090	39.395	54.839	63.269	62.543	76.294	78.489	82.249	75.406	100.440	96.520
Temmuz	36.067	52.825	42.201	42.641	59.867	62.296	64.259	73.377	82.156	79.910	75.968	107.531	96.952
Ağustos	37.285	50.199	39.844	46.551	59.973	53.946	67.368	66.394	80.312	75.210	76.119	110.011	92.723
Eylül	36.924	54.044	36.051	47.910	65.774	59.693	66.396	74.486	74.937	74.205	76.488	102.908	99.957
Ekim	40.582	57.616	27.833	47.185	68.760	56.061	72.529	77.620	80.579	79.409	78.536	110.143	90.201
Kasım	38.168	54.214	25.715	45.350	65.351	54.518	73.059	75.748	86.168	75.233	73.995	103.984	93.962*
Aralık	39.117	55.538	26.864	52.825	66.004	51.267	78.208	67.801	85.721	73.913	78.139	115.333	

İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Aylık Bültenleri, 1986 Ocak=100 (*) 26 Kasım verisidir.

DÖNEM SONU DOLAR KURLARI (Döviz Alış)

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2004	1,337,001,00	1,321,306,00	1,310,219,00	1,417,299,00	1,485,338,00	1,485,911,00	1,468,321,00	1,503,212,00	1,497,349,00	1,470,153,00	1,410,935,00	1,342,100,00
2005	1,3287	1,2885	1,3706	1,3730	1,3656	1,3413	1,3711	1,3464	1,3360	1,3580	1,3575	1,3520
2006	1,3199	1,3060	1,3417	1,3155	1,5600	1,5697	1,4811	1,4478	1,4971	1,4540	1,4458	1,4056
2007	1,4203	1,4130	1,3801	1,3607	1,3166	1,3046	1,2746	1,2914	1,2048	1,1716	1,1715	1,1593
2008	1,1680	1,1906	1,3064	1,2849	1,2067	1,2186	1,1564	1,1746	1,2375	1,5603	1,5624	1,5218
2009	1,6345	1,6875	1,6682	1,5786	1,5345	1,5247	1,4691	1,4956	1,4770	1,4826	1,4825	1,4873
2010	1,4831	1,5361	1,5157	1,4739	1,5665	1,5737	1,5045	1,5209	1,4434	1,4301	1,4991	1,5376
2011	1,5991	1,5928	1,5363	1,5141	1,5859	1,6157	1,6733	1,7454	1,8512	1,7458	1,8409	1,8889
2012	1,7640	1,7375	1,7729	1,7489	1,8404	1,8065	1,7864	1,8111	1,7847	1,7853	1,7774	1,7776
2013	1,7548	1,7955	1,8087	1,7963	1,8842	1,9248	1,9309	2,0311	2,0365	1,9895	2,0174	2,1304
2014	2,2696	2,2129	2,1557	2,1154	2,0916	2,1226	2,1333	2,1584	2,2789	2,2171	2,2149	2,3189
2015	2,4013	2,4786	2,6134	2,6559	2,6587	2,6850	2,7839	2,9179	3,0251	2,9149	2,9109	2,9181
2016	2,9609	2,9612	2,8249	2,8014	2,9515	2,8848	3,0125	2,9544	3,0004	3,1024	3,4174	3,5192
2017	3,7874	3,6078	3,6362	3,5504	3,5334	3,5168	3,5226	3,4410	3,5521	3,700	3,9505	3,8104
2018	3,7795	3,7833	3,9949	4,0535	4,4834	4,6083	4,8850	6,4063	6,0752	5,5203	5,2771*	

Ocak 2005'ten itibaren YTL'ye göre düzenlenmiştir. (*) 26 Kasım verisidir.

DÖNEM SONU EURO KURLARI (Döviz Alış)

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2004	1,665,419	1,647,741	1,599,769	1,703,815	1,821,173	1,806,868	1,767,418	1,811,303	1,845,162	1,877,827	1,881,555	1,826,800
2005	1,7320	1,6985	1,7757	1,7737	1,7077	1,6167	1,6862	1,6433	1,6195	1,6417	1,5961	1,6044
2006	1,5983	1,5510	1,6254	1,6506	2,0080	1,9963	1,8897	1,8609	1,8964	1,8460	1,9081	1,8515
2007	1,8296	1,8646	1,8383	1,8517	1,7705	1,7585	1,7473	1,7658	1,7086	1,6925	1,7295	1,7060
2008	1,7357	1,8098	2,0643	1,9994	1,8706	1,9248	1,8055	1,7314	1,8065	1,9873	2,0039	2,1332
2009	2,1027	2,1360	2,2163	2,1032	2,1555	2,1523	2,0735	2,1358	2,1611	2,1977	2,2297	2,1427
2010	2,0717	2,0861	2,0405	1,9616	1,9273	1,9292	1,9596	1,9278	1,9693	1,9746	1,9535	2,0551
2011	2,1842	2,2026	2,1822	2,2496	2,2844	2,3397	2,3880	2,5186	2,5007	2,4451	2,4518	2,4438
2012	2,3260	2,3378	2,3664	2,3132	2,2840	2,2742	2,1929	2,2750	2,3085	2,3210	2,3114	2,3452
2013	2,3787	2,3560	2,3189	2,3485	2,4498	2,5137	2,5608	2,6930	2,7502	2,7200	2,7454	2,9344
2014	3,0726	3,0447	2,9699	2,9252	2,8471	2,8979	2,8560	2,8451	2,8914	2,7902	2,7702	2,8207
2015	2,7136	2,8137	2,8075	2,9709	2,9146	2,9982	3,0506	3,2716	3,3941	3,2068	3,0795	3,1838
2016	3,2292	3,2305	3,2090	3,1908	3,2881	3,2078	3,3446	3,2910	3,3548	3,3993	3,6364	3,7099
2017	4,0558	3,8222	3,8851	3,8744	3,9558	4,0126	4,1325	4,1430	4.2000	4.3848	4.6853	4.5478
2018	4,6824	4,6646	4,9191	4,8961	5,2064	5,3310	5,7034	7,4735	7,1130	6,2734	6,0041*	

Ocak 2005'ten itibaren YTL'ye göre düzenlenmiştir. (*) 26 Kasım verisidir.

AYLIK ORTALAMA ALTIN SATIŞ FİYATI (ABD Doları/Ons)

Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2004	411,2	405,3	407,7	408,1	384	392,4	398,7	401	404	420,8	440,9	440,5
2005	423,83	424,03	434,86	429,45	420,35	431,04	425,87	440,48	456,99	468,08	482,83	511,67
2006	554,75	557,96	558,3	619,08	681,75	603,07	641,46	632,98	598,58	584,93	628,01	636,63
2007	625,94	664,58	655,07	683,55	667,53	655,64	664,34	665,87	724,34	759,72	803,3	805,25
2008	886,56	931,6	959	908,38	887,95	895,88	943,56	841,7	832,56	791,26	768,06	803,75
2009	870,15	947,38	935,5	894,33	942,94	944,19	934,75	954,38	1.000,19	1.040,55	1.113,67	1.130,19
2010	1.104,31	1.090,25	1.110,81	1.151,68	1.206,50	1.233,38	1.191,80	1.220,13	1.270,50	1.336,94	1.379,67	1.382,42
2011	1.349,13	1.376,25	1.423,63	1.455,08	1.504,00	1.530,37	1.568,40	1.757,70	1.765,90	1.678,40	1.732,38	1.646,40
2012	1.657,75	1.736,50	1.675,80	1.650,62	1.596,43	1.588,25	1.594,93	1.630,15	1.766,00	1.742,95	1.719,45	1.676,68
2013	1.663,50	1.631,00	1.593,10	1.495,12	1.409,85	1.316,12	1.279,81	1.334,12	1.348,93	1.307,66	1.275,75	1.218,76
2014	1.249,35	1.307,25	1.337,75	1.303,87	1.281,20	1.287,62	1.314,06	1.292,00	1.232,75	1.209,05	1.177,50	1.195,56
2015	1.244,45	1.223,93	1.176,65	1.198,05	1.199,59	1.184,90	1.127,85	1.120,73	1.122,83	1.155,35	1.077,38	1.070,85
2016	1.100,91	1.211,93	1.254,46	1.241,82	1.256,33	1.280,55	1.336,80	1.339,43	1.325,01	1.262,38	1.234,48	1.149,51
2017	1.187,90	1.234,77	1.230,22	1.274,07	1.244.08	1.258,97	1.239,85	1.281,22	1.311,75	1.277,26	1.281,58	1.270,85
2018	1.333,01	1.331,32	1.324,69	1.333,28	1.306,38	1.278,50	1.237,43	1.202,88	1.196,70	1.221,31		

Ocak 2005'ten itibaren YTL'ye göre düzenlenmiştir.

GSYİH VE KİŞİ BAŞINA GSYİH BÜYÜME HIZLARI (Sabit fiyatlarla) Kaynak: TÜİK

Yıl	GSYİH (%)	Kişi Başına GSYİH (%)	Yıl	GSYİH (%)	Kişi Başına GSYİH (%)	Yıl	GSYİH (%)	Kişi Başına GSYİH (%)
1940	-4,8	-6,4	1966	11,7	9,0	1992	6,0	4,3
1941	-10,4	-11,5	1967	4,5	1,9	1993	8,0	6,3
1942	5,5	4,4	1968	6,7	4,0	1994	-5,5	-6,9
1943	-9,8	-10,8	1969	4,1	1,5	1995	7,2	5,5
1944	-5,1	-6,1	1970	3,2	0,7	1996	7,0	5,4
1945	-15,3	-16,2	1971	5,6	3,0	1997	7,5	5,9
1946	32,1	29,7	1972	7,4	4,8	1998	3,1	1,6
1947	4,1	1,9	1973	3,3	0,7	1999	-3,4	-4,8
1948	16,4	13,9	1974	5,6	3,0	2000	6,6	5,1
1949	-5,0	-7,0	1975	7,2	4,5	2001	-6,0	-7,3
1950	9,4	7,0	1976	10,5	8,1	2002	6,4	5,1
1951	12,8	9,9	1977	3,4	1,3	2003	5,6	4,4
1952	12,0	8,9	1978	1,5	-0,6	2004	9,6	8,3
1953	11,2	8,2	1979	-0,6	-2,7	2005	9,0	7,7
1954	-2,9	-5,5	1980	-2,4	-4,4	2006	7,1	5,8
1955	8,1	5,1	1981	4,9	2,3	2007	5,0	3,7
1956	3,3	0,4	1982	3,6	1,0	2008	0,8	-0,4
1957	7,9	4,9	1983	5,0	2,4	2009	-4,7	-6,0
1958	4,6	1,6	1984	6,7	4,1	2010	8,5	6,9
1959	4,6	1,7	1985	4,2	1,7	2011	11,1	9,5
1960	2,9	0,0	1986	7,0	4,6	2012	4,8	3,5
1961	1,7	-0,9	1987	9,5	7,6	2013	8,5	7,1
1962	6,1	3,5	1988	2,1	-0,4	2014	5,2	3,8
1963	9,4	6,8	1989	0,3	-1,5	2015	6,1	4,7
1964	4,1	1,6	1990	9,3	7,4	2016	3,2	1,8
1965	2,6	0,1	1991	0,9	-0,8	2017	7,4	6,0

EN ÇOK GETİRİ SAĞLAYAN 25 EMEKLİLİK FONU

Fon adı	Kümülatif getiri (%)	Ort. günlük getiri (%)
Ziraat Hayat ve Em. K.D.B.A.	31,57	0,12
Katılım Em. ve Hay. Agr. Katılım Değ. (Döviz)	30,68	0,12
Garanti Em. Hay. Altın	28,02	0,11
Fiba Em. ve Hay. Altın	27,54	0,11
Katılım Em. ve Hay. Altın Katılım	27,44	0,11
MetLife Em. ve Hay. K.D.B.A.	27,39	0,11
Anadolu Hayat Em. Altın Katılım	27,28	0,11
Ziraat Hayat ve Em. Altın Katılım	27,15	0,11
Vakıf Em. ve Hay. Altın Katılım	27,13	0,11
AvivaSA Em. ve Hay. Altın	26,78	0,11
Anadolu Hayat Em. B.R.I.C. Ülkeler Yab. Değ.	26,72	0,11
NN Hay. Em. Değ.	26,70	0,10
Axa Hayat ve Em. Altın Katılım	26,65	0,11
AvivaSA Em. ve Hay. İki. Değ.	26,64	0,10
Bereket Em. ve Hay. Altın Katılım	26,46	0,11
Halk Hayat ve Em. Altın Katılım	26,35	0,11
Allianz Hayat Em. Altın	26,31	0,11
BNP Paribas Cardif Em. Altın	26,23	0,11
Allianz Yaşam ve Em. Altın	26,10	0,11
Anadolu Hayat Em. Borç. Araç. Gr.	25,45	0,10
NN Hay. Em. Altın	25,33	0,11
Fiba Em. ve Hay. Oyak Port. K.D.B.A.	24,48	0,09
Allianz Yaşam ve Em. İki. K.D.B.A.	24,38	0,10
AvivaSA Em. ve Hay. K.D.B.A.	24,12	0,09
Allianz Hayat Em. İki. K.D.B.A.	24,08	0,09

Not: Emeklilik yatırım fonları, 23 Kasım 2017-23 Kasım 2018 tarihleri arasındaki 365 günlük (son 1 yıllık) kümülatif getirilerine göre sıralanmıştır.
Kaynak: Finnet

FAİZ ORANLARINDA BRÜT-NET HESAPLARI (%)

FAİZ (Brüt)	1 AY		3 AY		6 AY		1 YIL
	DÖNEM SONU NET	YILLIK BİLEŞİK	DÖNEM SONU NET	YILLIK BİLEŞİK	DÖNEM SONU NET	YILLIK BİLEŞİK	DÖNEM SONU NET
4	0,28	3,95	0,84	3,95	1,70	3,99	3,40
5	0,35	4,93	1,05	4,93	2,12	4,99	4,25
6	0,42	5,92	1,26	5,92	2,54	5,98	5,10
7	0,49	6,90	1,47	6,90	2,97	6,98	5,95
8	0,56	7,89	1,68	7,89	3,39	7,98	6,80
9	0,63	8,88	1,89	8,88	3,81	8,98	7,65
10	0,70	9,86	2,10	9,86	4,24	9,97	8,50
11	0,77	10,85	2,31	10,85	4,66	10,97	9,35
12	0,84	11,84	2,52	11,84	5,09	11,97	10,20
13	0,91	12,82	2,72	12,82	5,51	12,96	11,05
14	0,98	13,81	2,93	13,81	5,93	13,96	11,90

PARASAL GÖSTERGELER

Göstergeler	2018		2017		2016
	16 Kasım	9 Kasım	29 Aralık	17 Kasım	30 Aralık
PARA ARZI (milyon TL)					
M1	509.354	504.181	449.632	433.841	382.351
M2	1.955.767	1.941.928	1.624.675	1.619.571	1.406.729
M3	2.001.059	1.985.027	1.675.831	1.672.334	1.450.682
TOPLAM MEVDUAT (milyon TL)	**1.826.166**	**1.811.094**	**1.505.477**	**1.496.996**	**1.294.967**
Vadesiz mevduat (TL)	167.845	163.570	177.874	174.252	158.144
Vadesiz mevduat (YP)	211.907	209.776	152.559	137.013	112.445
Vadeli mevduat (TL)	801.224	794.393	703.072	710.792	628.528
Vadeli mevduat (YP)	645.190	641.354	471.972	474.938	395.850
KREDİ STOKU (milyon TL)	**2.237.933**	**2.255.650**	**1.971.683**	**1.952.180**	**1.628.276**

MİLLİ GELİRİN 25 YILI

Yıl	Nüfus (Bin Kişi)	Kişi başına GSYİH($)	Kişi başına GSYİH TL	SGP değeri ($/TL)	SGP'ye göre kişi başına GSYİH ($)
1993	57.913	4.269	47	0,004782	9.851
1994	58.837	3.038	91	0,009667	9.363
1995	59.756	3.910	179	0,017727	10.088
1996	60.671	4.118	335	0,031012	10.808
1997	61.582	4.239	645	0,055397	11.636
1998	62.464	4.410	1.151	0,128979	8.924
1999	63.364	4.026	1.691	0,196465	8.608
2000	64.269	4.258	2.656	0,281636	9.429
2001	65.166	3.073	3.766	0,414553	9.085
2002	66.003	3.616	5.445	0,591251	9.209
2003	66.795	4.693	7.007	0,737414	9.502
2004	67.599	6.001	8.536	0,792611	10.769
2005	68.435	7.342	9.844	0,834589	11.796
2006	69.295	7.958	11.389	0,842570	13.517
2007	70.158	9.642	12.550	0,852280	14.725
2008	71.052	10.829	14.001	0,879960	15.911
2009	72.039	8.965	13.870	0,904605	15.333
2010	73.142	10.571	15.860	0,919487	17.248
2011	74.224	11.250	18.787	0,966176	19.445
2012	75.176	11.649	20.880	1,019856	20.473
2013	76.148	12.500	23.766	1,070294	22.205
2014	77.182	12.107	26.489	1,104504	23.983
2015	78.218	10.992	29.899	1,202608	24.862
2016	79.278	10.891	32.904	1,299412	25.322
2017	80.313	10.599	38.660	1,377440	28.067

Kaynak: TÜİK, TCMB-EVDS, OECD ve Capital
Not: Tüm veriler 2009 baz yılı yeni milli gelir serisine göredir.

AYLIK TÜKETİCİ FİYAT ARTIŞLARI (%)

Kaynak: TÜİK

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2004	0,66	0,52	0,96	0,49	0,44	-0,14	0,47	0,77	0,94	2,24	1,32	0,32
2005	0,55	0,02	0,26	0,71	0,92	0,10	-0,57	0,85	1,02	1,79	1,40	0,42
2006	0,75	0,22	0,27	1,34	1,88	0,34	0,85	-0,44	1,29	1,27	1,29	0,23
2007	1,00	0,43	0,92	1,21	0,50	-0,24	-0,73	0,02	1,03	1,81	1,95	0,22
2008	0,80	1,29	0,96	1,68	1,49	-0,36	0,58	-0,24	0,45	2,60	0,83	-0,41
2009	0,29	-0,34	1,10	0,02	0,64	0,11	0,25	-0,30	0,39	2,41	1,27	0,53
2010	1,85	1,45	0,58	0,60	-0,36	-0,56	-0,48	0,40	1,23	1,83	0,03	-0,30
2011	0,41	0,73	0,47	0,87	2,42	-1,43	-0,41	0,73	0,75	3,27	1,73	0,58
2012	0,56	0,56	0,41	1,52	-0,21	-0,90	-0,23	0,56	1,03	1,96	0,38	0,38
2013	1,65	0,30	0,66	0,42	0,15	0,76	0,31	-0,10	0,77	1,80	0,01	0,46
2014	1,98	0,43	1,13	1,34	0,40	0,31	0,45	0,09	0,14	1,90	0,18	-0,44
2015	1,10	0,71	1,19	1,63	0,56	-0,51	0,09	0,40	0,89	1,55	0,67	0,21
2016	1,82	-0,02	-0,04	0,78	0,58	0,47	1,16	-0,29	0,18	1,44	0,52	1,64
2017	2,46	0,81	1,02	1,31	0,45	-0,27	0,15	0,52	0,65	2,08	1,49	0,69
2018	1,02	0,73	0,99	1,87	1,62	2,61	0,55	2,30	6,30	2,67		

AYLIK ÜRETİCİ FİYAT ARTIŞLARI (%)

Kaynak: TÜİK

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
2004	3,77	0,21	0,59	2,27	4,54	0,80	-0,74	0,97	0,72	2,47	0,00	-1,08
2005	-0,41	0,11	1,26	1,21	0,20	-0,48	-0,74	1,04	0,78	0,68	-0,95	-0,04
2006	1,96	0,26	0,25	1,94	2,77	4,02	0,86	-075	-0,23	0,45	-0,29	-0,12
2007	-0,05	0,95	0,97	0,80	0,39	-0,11	0,06	0,85	1,02	-0,13	0,89	0,15
2008	0,42	2,56	3,17	4,50	2,12	0,32	1,25	-2,34	-0,90	0,57	-0,03	-3,54
2009	0,23	1,17	0,29	0,65	-0,05	0,94	-0,71	0,42	0,62	0,28	1,29	0,66
2010	0,58	1,66	1,94	2,35	-1,15	-0,50	-0,16	1,15	0,51	1,21	-0,31	1,31
2011	2,36	1,72	1,22	0,61	0,15	0,01	-0,3	1,76	1,55	1,60	0,65	1,00
2012	0,38	-0,09	0,36	0,08	0,53	-1,49	-0,31	0,26	1,03	0,17	1,66	-0,12
2013	-0,18	-0,13	0,81	-0,51	1,00	1,46	0,99	0,04	0,88	0,69	0,62	1,11
2014	3,32	1,38	0,74	0,09	-0,52	0,06	0,73	0,42	0,85	0,92	-0,97	-0,76
2015	0,33	1,20	1,05	1,43	1,11	0,25	-0,32	0,98	1,53	-0,20	-1,42	-0,33
2016	0,55	-0,20	0,40	0,52	1,48	0,41	0,21	0,08	0,29	0,84	2,00	2,98
2017	3,98	1,26	1,04	0,76	0,52	0,07	0,72	0,85	0,24	1,71	2,02	1,37
2018	0,99	2,68	1,54	2,60	3,79	3,03	1,77	6,60	10,88	0,91		

EKONOMİK VERİLERİN SON DURUMU

GÖSTERGELER	2018	2017	2016	Değişim (%)
GSYİH (Yıllık)		7,4	3,2	
GSYİH (1. üç aylık)	7,3	5,3	4,8	
GSYİH (2. üç aylık)	5,2	5,3	4,9	
GSYİH (3. üç aylık)		11,5	-0,8	
GSYİH (4. üç aylık)		7,3	4,2	
Dış borç stoku (Haziran sonu, milyon dolar)	456.961	440.348		3,8
Cari işlemler dengesi (Ocak-eylül, milyon dolar)	-29.992	-31.291		-4,2
TEŞVİKLİ YATIRIMLAR (Ocak-mayıs, milyon TL)	65.877	44.270		48,8
BÜTÇE DENGESİ (Ocak-ekim, milyon TL)	-62.110	-34.961		77,7
-Gelirler	608.960	509.442		19,5
-Harcamalar	671.070	544.403		23,3
DIŞ TİCARET DENGESİ (Ocak-ekim, milyon dolar)	-51.641	-61.259		-15,7
-İhracat	138.775	128.960		7,6
-İthalat	190.416	190.219		0,1
Merkezi yönetim borç stoku (Ekim sonu, milyon TL)	1.083	868		24,8
FİYAT ARTIŞI (Ekim sonu, %)				
Yurtiçi üretici	45,01	17,28		
Tüketici	25,24	11,90		

ÇAPRAZ KURLAR (ABD Doları/yabancı para)

Yıl (Yıl sonu)	Euro/ Dolar	Alman Markı	Fransız Frangı	İsviçre Frangı	Japon Yeni	Sterlin/ Dolar
1990		1,5030	5,1075	1,2820	134,93	1,9175
1991		1,5195	5,1875	1,3540	125,80	1,8685
1992		1,6135	5,4970	1,4595	124,55	1,5145
1993		1,7320	5,8805	1,4769	111,93	1,4781
1994		1,5522	5,3440	1,3115	99,70	1,5625
1995		1,4328	4,8995	1,1504	103,13	1,5526
1996		1,5555	5,2550	1,3500	115,35	1,6836
1997		1,7991	6,0235	1,4614	130,40	1,6483
1998	1,1673	1,6693	5,5950	1,3673	115,09	1,6718
1999	1,0041	1,9490	6,5360	1,5992	102,52	1,6147
2000	0,9290	2,1183	7,1045	1,6492	112,82	1,4762
2001	0,8490	-	-	1,6894	132,84	1,4394
2002	0,9450	-	-	1,5574	118,95	1,6153
2003	1,2502	-	-	1,2479	106,16	1,7750
2004	1,3611	-	-	1,1350	103,75	1,9205
2005	1,1831	-	-	1,3149	117,49	1,7231
2006	1,3172	-	-	1,2200	118,94	1,9621
2007	1,4715	-	-	1,1255	112,01	2,0033
2008	1,4018	-	-	1,0618	90,35	1,4532
2009	1,4406	-	-	1,0304	92,36	1,6160
2010	1,3366	-	-	0,9363	81,33	1,5503
2011	1,2938	-	-	0,9400	77,46	1,5449
2012	1,3193	-	-	0,9151	86,12	1,6170

YILBAŞI
Alışveriş
REHBERİ
MUTLULUK ADRESLERİ
• OTEL
• SPA
• RESTORAN
STİL & MAKYAJ TÜYOLARI
322
HEDİYE ÖNERİSİ

For us, innovation must always serve function. For example, raising our bezel by 2mm has improved the grip. Just a little.

When you care about watches, just a little matters a lot.

#GoYourOwnWay

Aquis Date

ORIS
HÖLSTEIN 1904

ŞARK
SAATÇİLİK
Cie. Montres d'Orient

Time Square Fine Timepieces and Jewellery
Kanyon AVM +90 212 3531056
Şark Saatçilik: info@sarksaat.com

HER ŞEY ÇOK GÜZEL OLSUN!

Zaman o kadar aceleci davranıyor ki bir yıl daha göz açıp kapayana kadar bitti bile. Her geçen dakikanın kıymetini bilmek şart. Sevdiklerinizle kucaklaşabilmenin, sağlıkla nefes almanın, tek başına içtiğiniz bir kahvenin, köpeğinizle yağmurda yürümek zorunda kaldığınız günün, kızınızı okuldan aldığınız akşamın, el ele film izlediğiniz eşinizin, pazar sabahı sizin için kahvaltı hazırlayan sevgilinizin, telefonda sesinizden bile ruh halinizi anlayan annenizin, gücünü hep hissettiğiniz babanızın, tüm 'o an'ların kıymetini bilin. Bu yıl hayatınızın en güzel yılı olsun...

Her gelen yeni yıl yeni umutları da beraberinde getiriyor. 2018'in bize verdiği tüm güzellikleri de yanımıza alıp takvimde tertemiz bir sayfa açıyoruz. Mutluluk, sağlık, kahkaha dolu bir yıl dileyerek 2019'a adım atıyoruz.

Sizin için sevdiklerinizi mutlu etmenin yollarını aradık. Onlarca hediye alternatifi arasından birini seçebilir ya da 31 Aralık gecesi saat 00.00'da sadece onları kocaman öpebilirsiniz. 2019'un huzur ve mutluluk getirmesi dileğiyle...

Sevgiyle...

YAYIN DİREKTÖRÜ
Ferhan Kaya Poroy

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ
Filiz Şeref Kulu

YAYIN YÖNETMENİ
(Sorumlu) Gözde Kaynak

GÖRSEL YÖNETMEN
Koray Gökkaya

HAZIRLAYANLAR
Gülru İncu, Simay Engür

RENGARENK BİR YIL

UE WONDERBOOM HOPARLÖR, ₺699

Eğlenceli

Koruma altında!

MAVİ PARKA, ₺299.99

DAMAT AYAKKABI, ₺649

Sağlam adımlar

FUJİ INSTAX KAMERA (D&R), ₺349

Anı dondur!

STARBUCKS ₺94 ₺99

Sıcacık...

Mis gibi

GIVENCHY L'INTERDIT 80 ML PARFÜM, ₺875

elele HELLO! heygirl MAISON FRANÇAISE İSTANBUL LIFE formsanté Capital Ekonomist ATLAS

COOL

Arkadaşlarla, huzurlu, sakin ve umut dolu bir yılbaşının stil kodu; casual!

B POINT
$ 1080

IPEKYOL
₺499

AYŞE
RODOSLU
₺3150

MEHRY MU ₺2100

MACHKA ₺795

ELLE
₺199.90

PULL&BEAR
₺59.95

ORIS
₺1950

ABDULLAH
KİĞILI
EXCLUSIVE
CUT
₺249.99

DOCKERS
₺219.90

GOLDEN GOOSE
(BEYMEN) ₺2692

BROOKS BROTHERS
₺696.50

ELEGAN

"Bu gece eğlenelim biraz" diyen, özel günlerde özel kutlamalar yapmayı sevenlerin stil kodu; trendi bir şıklık!

MEHTAP ELAİDİ
₺2250

OSCAR DE LA RENTA ₺1295

ADL CENGİZ ABAZOĞLU
₺899.90

NOCTURNE ₺299

H&M
₺119

SANAYİ 313
€ 1400

KİP
₺159

DSTREZZED (VAKKORAMA)
₺645

ARMANI
₺1290

MARKS&SPENCER ₺899.95

HOTİÇ ₺329

RAHAT

Bu gece uyuma vakti birkaç saat ileri alınıyor; rahatlık ön planda olsun. Spor-şık tercihlere öncelik verin.

COQUET ₺27.93

GAP ₺239.95

ZARA
₺99.95

ATASAY
₺380

VANS ₺249

NEW ERA
₺170

HAPPINESS ₺452

KOTON
₺59.99

LCW ₺159.99

PUMA ₺300

ŞIK

Bir yerde kutlama varsa, kızlar için orada parıltı var!
Erkeklerse küçük beyefendi olmaya zaten fırsat arıyor..

BUNICA SHOP (BEYMEN) ₺145

KAYLA KIDS
₺85

MONCLER
₺4700

MARKS&SPENCER
₺219.95

SCOTCH&SODA ₺407

KOTON
KIDS
₺39.99

H&M
₺149

DOLCE&GABBANA
₺2995

İhtişam PERİSİ

Gold, dokunduğu her şeye değer katmakta usta. Yeni yıla en çok yakışan renk olduğu da şüphe götürmez.

ALTINBAŞ BİLEKLİK, ₺4600

DIPTYQUE ATLI KARINCA AKSESUARI VE İKİLİ MUM SETİ, ₺1050

SWATCH SAAT, ₺490

SISLEY EAU DU SOIR 100 ML PARFÜM, ₺1815

CHRISTIAN LOUBOUTIN STİLETTO, ₺3295

H&M BOT, ₺99.99

NETWORK ETEK, ₺549

ALTINCI CADDE KASE, ₺379

L.G.R GÜNEŞ GÖZLÜĞÜ, ₺3500

AYAKKABI DÜNYASI CLUTCH, ₺89.99

ARİŞ®

Pırlanta Sanatı

1906

GERÇEK KALİTE ★ DOĞRU FİYAT

RT403500

849TL

0.021 ct. Miracle Tektaş Yüzük

Yeni yılda

Işığını Yansıt

Göster Kendini!

www.arispirlanta.com

BUKA KOLTUK,
₺1068

CUMBA SELECTION ABAJUR,
₺470

FORNASETTI (BEYMEN HOME) DEKORATİF TABAK, ₺2595

ARMAGGAN GAZETELİK,
₺975

H&M DUVARA ASILAN YILBAŞI TAKVİMİ, ₺79.99

Mutluluk BUDUR

Yoğun iş ve şehir hayatında insanın ne sık eve gidip ayaklarını uzatası geliyor değil mi? Haliyle, eve neşe katan her şeyi seviyoruz.

KOÇTAŞ YASTIK,
₺24.99

LINENS DEKORATİF KUTU, ₺79.90

KOLEKSİYON SERAMİK MUMLUK,
₺60, ₺65, ₺70

TEPE HOME DEKORATİF GEYİK,
₺245

PORLAND DEKORATİF KUTU, ₺85.50

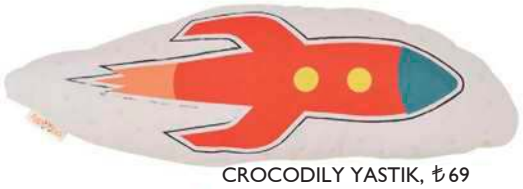
KATZZE TABAK, ₺149

E SADECE ECZANELERDE SATILIR.

www.bioderma.com.tr
www.biopuan.com

/biodermatr /biodermaturkiye /biodermaturkiye

BIODERMA
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE



CROCODILY YASTIK, ₺69

MARKS&SPENCER
HIRKA,
₺229.99

DEICHMANN
SPOR AYAKKABI,
₺89.90

Şirin ŞEYLER

Küçük sevinçler için, tatlı detaylara odaklanın. Bacadan değil, kapıdan da gelse sevinecekler.

KINETIX BOT,
₺79.99

TCHIBO KAR TULUMU,
₺449.95

KIDZMONDO SENELİK VIP KART, ₺389

GAP
PİJAMA
TAKIMI,
₺259.95

AVON
ŞAMPUAN,
₺11.50

MONOPOLY
KUTU OYUNU,
₺119.90

FABER-CASTELL
TAHTA KALEM
SETİ, ₺68

LEGO, ₺299.90

MINISO
ÇANTA,
₺74.95

BRANDY'S

PICK YOUR BRAND

EA7 EMPORIO ARMANI

CALVIN KLEIN

GUESS

A|X ARMANI EXCHANGE

VERSACE JEANS

ANTONY MORATO

UGG

BRANDY'S MAĞAZALARI: İstanbul: İstinye Park, Aqua Florya, Ataköy A Plus, Capitol **Ankara:** Kentpark **İzmir:** Point Bornova **Trabzon:** Forum

www.brandys.com.tr

TOMMY HILFIGER ŞAPKA,
₺379

OXXO ELBİSE,
₺159.95

BROOKS BROTHERS
ATKI, ₺895

ALDO BOT,
₺495.20

Trend TAKİP

İskoç kültüründen ilham alan tartan, bu sezonun gözde deseni. Trend sahibi sevdikleriniz için iyi bir seçim olabilir.

AYŞE BURCU
KAYA CEKET,
₺ 2000

GAP PİJAMA
TAKIMI, ₺329.95

BEYMEN CLUB HIRKA, ₺519

KOTON TAÇ,
₺12.99

EURO FLORA
YILBAŞI SÜSÜ,
₺34.99

ZARA ŞORT, ₺159.95

25 Yıldır
MUTLULUĞUN
RENGİ
CAPITOL
#RenginiBulduğunYer

Yakışıklı DETAYLAR

Babanızdan sevgilinize hayatınızdaki tüm erkekler 2019'da tarz sahibi olsun diye, cool olduğu kadar dinamik seçimler yapın.

BUN DESIGN KUPA, ₺59

AVON TIRAŞ MAKİNESİ, ₺99.95

LEVI'S X JUSTIN TIMBERLAKE MONT, ₺639.90

ESPRIT SAAT, ₺890

FJALLRAVEN KEMER, ₺169

DOCKERS PANTOLON, ₺179.90

DIESEL BİLEKLİK, ₺590

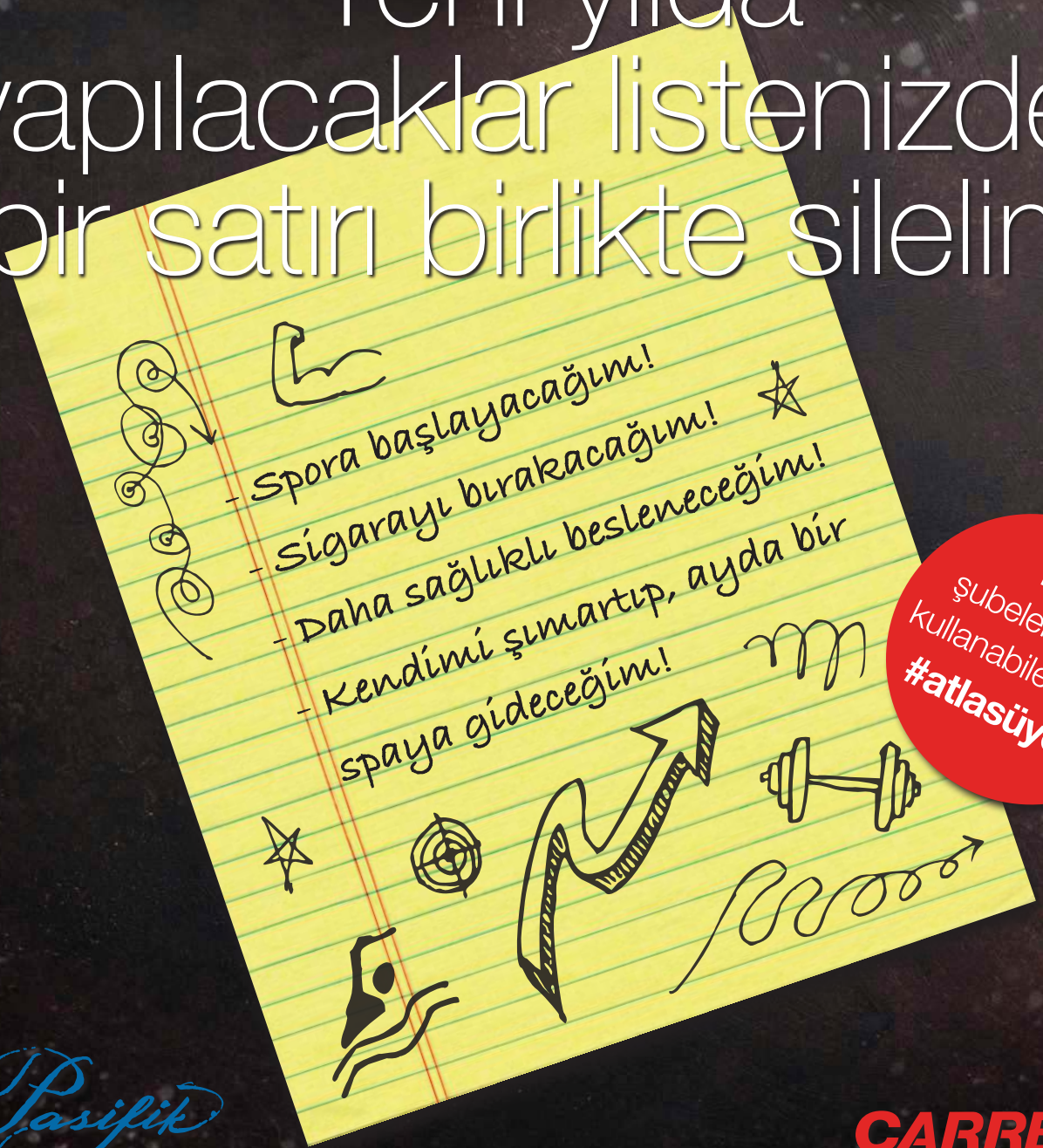
ARMAGGAN (EDWARD) CÜZDAN, ₺285

ELLE BOT, ₺399.90

AQUA DI PARMA BAKIM SETİ, ₺690

COLOMBIA MONT, ₺2199.90

Yeni yılda yapılacaklar listenizden bir satırı birlikte silelim!



Tüm şubelerimizde kullanabileceğiniz **#atlasüyelik**

Pasifik FITNESS

www.pasifikfitness.com.tr

0212 213 0496 • 0212 953 8000

Pasifikfitnessturkey | Carrerabellevueturkey

CARRERA FITNESS BELLEVUE

www.carrerabellevue.com

BELLEVUE RESIDENCE | DİVAN RESIDENCE AT BOMONTİ PLAZA | 5. LEVENT | MERCURE ISTANBUL CITY BOSPHORUS HOTEL

TWIST ATKI, ₺99

KOTON KABAN, ₺399.99

MEHTAP ELAIDI BLUZ, ₺985

ATELIER REBUL KOLONYA, ₺99.90

FORVER NEW BERE, ₺99.90

Klas ETKİ

Grinin duruşu ve kattığı değer her zaman üst düzey. Karizmatik arkadaşlar için ideal.

DEICHMANN BOT, ₺159.90

LADY ESTRELLA SWEATSHIRT, ₺600

GUESS SAAT, ₺1250

NETWORK ELBİSE, ₺1095

IPEKYOL ELDİVEN, ₺99

Cetaphil®

RESTORADERM

70 YILLIK DENEYİM

Cetaphil®

Cildinizdeki değişimi hissedin

Çok kuru ve kaşıntılı cildi nemlendiren, koruyan ve pürüzsüz bir görünüme kavuşmasını sağlayan özel bakım serisi.

3 aydan itibaren güvenli kullanım

cetaphilturkiye

cetaphiltr

Referans: 1. Simpson E. et al. Safety and Tolerability of a Body Wash and Moisturizer When Applied to Infants and Toddlers with a History of Atopic Dermatitis: Results from an Open-Label Study. Pediatric Dermatology 2012;Vol.29 No.5:590-597.

ECZACIBAŞI
İLAÇ PAZARLAMA

Orman KANUNU

Kim sevmez ki! Ancak bazılarının hayvan sevgisi sanki biraz daha fazla! Bu seçimler işte onlara...

ZARA CLUTCH, ₺199.95

BEYMEN CLUB KAZAK, ₺559

ECCE DIAMONDS KOLYE, ₺14.500

MISSONI HOME YASTIK, ₺2145

OYSHO EV AYAKKABISI, ₺119.95

LİNENS DEKORATİF OBJE, ₺95

SEPHORA UYKU MASKESİ, ₺39.90

TROIKA KALEM, ₺256

KOTON KAZAK, ₺59.99

POISON BY KIRAMER KOLYE, ₺275

SANAYİ 313 BOT, 1030 €

MERGEN KÜPE, ₺350

LACIE

Depola ve Yayınla

LaCie 2big Dock Thunderbolt 3

- 2 adet Thunderbolt3, 1 adet Type-C ve Display çıkışı
- SD ve CompactFlash girişi ile daha hızlı ve kolay aktarım
- 450MB/s veri transfer hızı ile 4K videolar için hazır
- 8-12-16-20TB kapasite ve Raid 0,1 yapabilme
- Seagate Ironwolf Pro disk ile 7 x 24 çalışabilme
- 7200RPM & 256MB Cache bellek
- RV titreşim sensörü
- Matlaşma önleyici özel lehim kaplama
- USB giriş ile telefon- tablet yedekleyebilme ve şarj edebilme
- MacOS ve Windows uyumu

Neil Poulton tarafından tasarlanmıştır

Rescue
ÜCRETSİZ DATA KURTARMA SERVİSİ

5 yıl boyunca

Doğal afet,mekanik ve kazara oluşabilecek data kayıpları için...

IRONWOLF PRO NAS

#LaCieTürkiye

@lacie_seagate

www.LaCie.com

IŞILTI OYUNU

Yılbaşı makyajında fark yaratmanın en kolay yolu ışıltılı bir dokunuş. Bronz, altın rengi ya da gümüş efektli farlar, ojeler, maskaralar ve rujlarla makyaj yapmayı keyifli bir oyuna dönüştürün.

DIOR FAR, ₺122

SEPHORA OJE, ₺14.90

MAYBELLINE DRAMA LIGHTLINER, ₺33.99

NUXE YÜZ, VÜCUT VE SAÇ İÇİN KURU YAĞ, ₺155

CLARINS RUJ, ₺161

FLORMAR OJE, ₺6.99

YSL MASKARA, ₺175

GUERLAIN OJE, ₺152

GIVENCHY DÖRTLÜ FAR, ₺354

DOLCE&GABBANA FAR, ₺189

AMWAY AYDINLATICI PUDRA, ₺169.60

BOBBI BROWN FAR, ₺140

DIEGO DALLA PALMA OJE, ₺74

DAIKIN Doğru Hava Uzmanı

DÜNYADA 1 NUMARA

GÜÇLÜ KAMPANYA
ÜÇLÜ İNDİRİM

Daikin'den ekonomik ve hızlı ısıtma

ENFLASYONLA TOPYEKÛN MÜCADELE
#TürkiyeKazanacak

Kampanyamıza ÖTV indirimi dahildir, Shira Plus (FTXM-M) Shira Eco (R32 gazlı FTXP-L, R410a gazlı FTX-KV) ve N Serisi modellerinde 15.12.2018 tarihine kadar geçerlidir. Fiyatlara montaj bedeli (5m.'ye kadar) dâhildir. Kampanya sadece katılımcı Daikin Yetkili Bayilerinde geçerlidir. Daikin A.Ş. önceden haber vermeden fiyatları ve ürün bilgilerini değiştirme ve kampanyayı sonlandırma hakkına sahiptir. Kampanya detaylarına web sitemiz "www.dakin.com.tr" üzerinden ulaşabilirsiniz.

Sınırlı sayıda stok için 15 Aralık'a kadar geçerlidir

BONUS YAZ 3340'A YOLLA BONUS'UN SANA GELSİN!

Bonus'a özel peşin fiyatına 10 taksit

bonus Garanti bonus.com.tr bonuscard

Çağrı Merkezi **444 999 0** • **daikin.com.tr**

Yeni yıl RUHU

Kırmızı-yeşil alternatifler ile, 'tam da yılbaşı hediyesi' dedirtin!

TEKZEN
YASTIK,
₺24.90

TCHIBO
KAPI SÜSÜ,
₺129.95

TEPE
HOME
ÇAM SÜSÜ,
₺35

BEYMEN CLUB ETEK, ₺489

LION DIAMOND
KÜPE, 3200 $

TOMMY
HILFIGER
ÇANTA,
₺819

FAİK SÖNMEZ
CEKET, ₺759

MARKS&SPENCER
KAZAK, ₺369.95

NORTH OF NAVY (BOYNER)
MONT, ₺399.99

GUCCI SNEAKER,
₺3865

THE BODY
SHOP
PEPPERMINT
CANDY
CANE
VÜCUT
PEELING'İ,
₺49.90

facebook facebook.com/lovasleep | twitter twitter.com/lovasleep | Instagram instagram.com/lova_sleep | YouTube youtube.com/lovasleep | 444 34 87

www.lovasleep.com

DOĞTAS Kelebek Lova Sleep, Doğtaş-Kelebek Mobilya'nın tescilli markasıdır.

lova sleep

DEL TORO (BRANDROOM) AYAKKABI, ₺542

BERSHKA SWEATSHIRT, ₺119.95

OLE BY KOTON KAZAK, ₺59.99

PORLAND KUPA, ₺33.18

Mesajınız VAR

Sevdiklerinize kendini özel hissettirmek için belki de sadece birkaç kelimeye ihtiyacınız vardır...

LE COLOR DEFTER, ₺17.90

CHRISTIAN LOUBOUTIN ÇANTA, ₺9595

MAVİ TİŞÖRT, ₺27.99

H&M YASTIK, ₺39.99

NOCTURNE YAĞMURLUK, ₺689

JONATHAN ADLER YASTIK, ₺1295

Herkesin yeni yıl dileği D&R'da

Kitaptan müziğe, filmden elektroniğe, oyundan kırtasiyeye...
Yeni yılda her dileğe uygun binlerce hediye
D&R Mağazaları ve dr.com.tr'de!

D&R MUSIC & BOOK STORE
www.dr.com.tr

DRDunyasi | DR_dunyasi | dr_dunyasi | dr.com.tr |

ZARİF DETAYLAR

Yılbaşı gecesinin en şık detayı olan ayrıcalıklı sofralar, unutulmaz kutlamalara damgasını vuruyor. Kahkahaların eksik olmadığı özel sofralar elbette özel bir ilgiyi hak ediyor.

Yılbaşı hazırlığının ayrı bir heyecanı, yemeklerinin ayrı bir lezzeti, sofralarının ayrı bir güzelliği var. Saatler öncesinden hazırlıklar tamamlanıyor; kolalı örtüler seriliyor, ışığı yansıtan kristal kadehler çıkarılıyor, gümüş şamdanlar parlatılıyor. Tüm sevdiklerimizin aynı masada toplandığı, renklerin ahenkle dans ettiği, mum ışıklarıyla aydınlanan sofralar ince bir zevki yansıtan en güzel hallerine bürünüyor. Porland'ın Christina Koleksiyonu işte bu görkemli yılbaşı sofralarına zarafet katmak için tasarlandı. Modern ve geleneksel tarzı sentezleyerek hazırlanan, retro bir şıklığa sahip olan Christina Koleksiyonu, Porland'ın kendine özel reçetesi aluminali içeriği ile yüksek mekanik dayanıklılığa sahip. İnce tasarımı sayesinde profesyonel kullanıcıların da rahatlıkla tercih edebileceği, her tabakta birbirinden farklı rölyeflerin yer aldığı Christina Koleksiyonu kırmızı, krem, gri ve turkuvaz renkli düz tabakları, kaseleri ve bardaklarıyla zarif ve şık bir hediye seçeneği oluşturuyor.

*PRİZDEN ŞARJ ETMEYE KIYASLA (5 W ŞARJ ALETİNE GÖRE)

Yolculuk TERAPİSİ

Coğrafyayı seven, yerinde hiç oturmayan, sürekli gezen... Onlara özel pek çok alternatif var.

DECATHLON BİSİKLET, ₺2200

JBL KULAKLIK, ₺349

CANON EOS 4000D FOTOĞRAF MAKİNESİ, ₺1799

TCHIBO KAYAK VE SNOWBOARD GÖZLÜĞÜ, ₺199.95

VAKKO PASAPORTLUK, ₺395

TED BAKER VALİZ, ₺1695

MARKS&SPENCER 4'LÜ LONDRA TEMALI ÇAM AĞACI SÜSÜ, ₺159.95

SAMSONITE VALİZ, ₺2749

VANS ÇANTA, ₺349

UNDER ARMOUR AYAKKABI, ₺899.90

MINISO BOYUN YASTIĞI, ₺29.95

D&R KİTAP, ₺25

Rescue
ÜCRETSİZ DATA KURTARMA SERVİSİ
3 yıl boyunca

Doğal afet,mekanik ve kazara oluşabilecek data kayıpları için...

LaCie Rugged Thunderbolt USB-C

- 140 MB/sn'ye varan Thunderbolt aktarım hızı
- USB3.0,USB-C ve Thunderbolt çıkışı ile daha hızlı
- 1 Ton basınca dayanıklı alüminyum kasa,kauçuk özel koruma
- 1.4 - 2 metreden düşmeye karşı korumalı kasa
- IP54 sertifikalı Toz ve Suya karşı extra koruma
- Otomatik yedekleme ve şifreleme özelliği
- Maksimum 5TB kapasite
- MacOS ve Windows uyumu

Neil Poulton tarafından tasarlanmıştır

#LaCieTürkiye
@lacie_seagate

www.LaCie.com

OUTDOOR VE SNEAKER ŞIKLIĞI

Sokaklar, her zaman olduğu gibi yeni yıla girerken de moda dünyasının en sevilen trendlerini bir araya getiriyor. Dünyaca ünlü markaların en iyi modelleriyle spor şıklığı klasik çizgilerle birleştirebilir, yılbaşı kombinlerinde fark yaratabilirsiniz.

Yılbaşında sezonun trend ürünlerini hediye ederek sevdiklerinizi mutlu etmek ya da yılbaşı kombininizi konforla tamamlayarak sportif şıklığı yakalamak istemez misiniz? In Street mağazaları ve instreet.com.tr'de Kinetix, Lumberjack, Nike, Dockers by Gerli, Adidas, Puma, Reebok ve U.S.Polo gibi lider markaların en yeni ve cazip fiyatlı modellerini bulabilirsiniz.

ADIDAS
IN STREET

KINETIX
IN STREET
₺179.99

LUMBERJACK
IN STREET
₺249.99

LUMBERJACK
IN STREET
₺249.99

OUTDOOR ŞIKLIĞI

Klasik ya da spor parçalarla cesur ve iddialı kombinler yakalamanıza yardımcı olacak In Street'teki outdoor modeller, her an daha dinamik ve daha canlı olmak isteyenler için…

SU İTİCİ ÖZELLİĞİNE SAHİP MONTLAR, ŞIKLIK VE RAHATLIĞI BİR ARADA BULMAK İSTEYENLER İÇİN İDEAL.

Tüm outdoor modelleri, nefes alma ve bileği tam destekleme özellikleriyle yeni yılda her yere ve her ortama uyum sağlıyor.

LUMBERJACK
IN STREET
₺249.99

LUMBERJACK
IN STREET
₺259.99

LUMBERJACK
IN STREET
₺399.99

RAHATLIK ÖN PLANDA

Modanın geçirdiği dönüşüm ve aktif yaşamla birlikte rahatlığı ön planda tutan herkese hitap eden sneaker'lar gece davetlerinde de şıklığın tamamlayıcısı görevini başarıyla üstleniyor.

ADIDAS
IN STREET
₺299

U.S. POLO ASSN.
IN STREET
₺119.99

U.S. POLO ASSN.
IN STREET
₺119.99

Yeni yılı hareketli bir sokak partisiyle karşılayacaklar için In Street'te yer alan sneaker'lar mükemmel bir seçenek.

DOCKERS
IN STREET
₺249.99

DOCKERS
IN STREET
₺249.99

KINETIX
IN STREET
₺119.99

SKECHERS
IN STREET
₺399

YILBAŞI PARTİSİNDE NE GİYMELİ?

Yılbaşında şık ve aynı zamanda rahat olmak hiç zor değil. Rahatça her kıyafetle kombinlenecek ayakkabı modelleri ile yeni yıl heyecanı konforla tamamlanacak.

NIKE
IN STREET
₺249.99

SKECHERS
IN STREET
₺459

LUMBERJACK
IN STREET
₺179.99

NIKE
IN STREET

KINETIX
IN STREET
₺139.99

KINETIX
IN STREET
₺149.99

BU BİR İLANDIR.

Dijital BİR YIL!

2019 yılında dijital dünyaya adapte olun! Yaşam alanınızı teknolojiye açmak için yenilenin.

SONY JOYSTICK, ₺4549

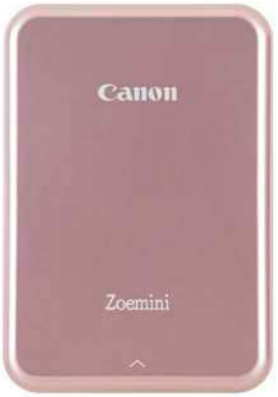
MINISO BLUETOOTH KULAKLIK, ₺139.95

DURACELL POWERBANK (D&R), ₺159

PHILIPS HOPARLÖR, ₺369.89

FUJİFİLM FOTOĞRAF MAKİNESİ, ₺799

TCHIBO KİTAP TUTUCU, ₺ 89.95



CANON FOTOĞRAF YAZICI, ₺847+KDV

MARLEY MÜZİK SİSTEMİ, ₺1499

BOYNER POWERBANK, ₺199.90

MUDO RADYO, ₺451.50

ARMAGGAN IPAD ÇANTASI, ₺490

HP FOTOĞRAF YAZICI, ₺849

Evimde Hobi
atmıyoruz, yeniliyoruz
www.evimdehobi.com

Hobi, El Sanatları ve Dekorasyona dair ne varsa EvimdeHobi.com'da

2019 renkleri ile evinizde, objelerinizde, balkon ve bahçelerinizde ruhunuzu yansıtacak samimi ortamlar oluşturun.

Pratik HAYAT

Küçük, pratik ve hayat kurtarıcı. Elektrikli minik ev aletlerine her zaman ihtiyaç var.

ARZUM OKKA BEANGOURMET TÜRK KAHVESİ MAKİNESİ, ₺338.31

FAKİR KETTLE, ₺527

REMINGTON YÜZ TEMİZLEME FIRÇASI, ₺589.90

SMEG EKMEK KIZARTMA MAKİNESİ, ₺1630

TCHIBO CAFISSIMO KAHVE MAKİNESİ, ₺1199

ARÇELİK MİKSER, ₺570

HOMEND BREADFAST EKMEK YAPMA MAKİNESİ, ₺799

PHILIPS ONE BLADE TIRAŞ MAKİNESİ, ₺429.99

TEFAL (HEPSIBURADA.COM) ÜTÜ, ₺449.90

ROWENTA AIR FORCE ALL IN ONE 460 SÜPÜRGE, ₺ 4799

SINGER DİKİŞ MAKİNESİ, ₺640

BEKO HOMECHEF MUTFAK ROBOTU, ₺1249

Garanti

Avans Mil'le istediğiniz yere, istediğiniz zaman uçun!

Seyahate çıkmak için mil biriktirmeyi beklemeyin. Miles&Smiles kredi kartlarınızla Avans Mil kullanın, alışverişlerden kazanacağınız millerle Avans Mil'inizi 18 ayda rahat rahat ödeyin.

Avans Mil başvurusunu 444 0 333 Alo Garanti, Garanti İnternet, Garanti şubeleri ya da Garanti Paramatiklerden yapabilirsiniz.

Ayrıntılı bilgi milesandsmiles.net'te.

MS yazın, 3340'a gönderin, kredi kartlarınız size gelsin.

TURKISH AIRLINES
Miles&Smiles

ALIŞVERİŞİNİZ UÇAK HIZINDA BİLETİNİZ

milesandsmiles.net – /milesnsmileskk

TÜRK HAVA YOLLARI'NIN TEK RESMİ KREDİ KARTI

Avans Mil için 444 0 333 / 0850 222 0 333 Alo Garanti, garanti.com.tr, Garanti şubeleri ve Garanti Paramatiklerden başvurulabilir. Miles&Smiles MasterCard ya da Miles&Smiles American Express® kredi kartlarından herhangi biriyle Avans Mil alınabilir. Avans Mil, başvurunun ertesi günü saat 16.00'dan sonra hesaba geçer. Alınacak Avans Mil tutarı 1.000 ve katları olmalıdır. Kullanılabilir limitin 10 katı kadar Avans Mil alınabilir. Miles&Smiles kredi kartı ve Miles&Smiles Platinum kredi kartı sahipleri bir seferde en fazla 100.000, Miles&Smiles Prive kredi kartı sahipleri ise 150.000 Avans Mil alabilirler. Kartın, Avans Mil talep edilen tarih itibarıyla gecikmeye girmemiş olması gerekmektedir. Alınan Avans Mil, talep edilen gün içinde değiştirilebilir/iptal edilebilir. Aynı kartla iki kez, avans dönemi içinde Avans Mil'ini kapatamamış kart sahipleri üçüncü kez Avans Mil başvurusunda bulunamazlar. Avans Mil tutarı 18 ay içerisinde bir defa yükseltilebilir. Yükseltilen Avans Mil tutarının, Avans Mil'e ilk başvurulan ekstre dönemini takip eden 18 ay içerisinde tamamlanması gerekir. Bir müşteri aynı kredi kartıyla iki kez üst üste Avans Mil borcunu alışveriş milleriyle kapatamayıp, kalan mil borcu için mil başına 4 kr. ücret ödeyerek borcunu kaparsa, üçüncü kez Avans Mil başvurusunda bulunamaz. Yurtiçi ve yurtdışında Miles&Smiles kredi kartlarıyla yapılan otomatik fatura ödemeleri; sigorta, emeklilik, vergi-ceza ödemeleri; kumar-bahis ve diğer kamu hizmeti ödemelerinden mil kazanılmamaktadır. Mil kazanımı, harcama yapılan üye işyerinin, işyeri kategori kodunda belirtilen sektöre göre sistemsel olarak yansıtılmaktadır.

ATASAY ₺1181

BEYMEN CLUB
₺169

PAMELA
LOVE
₺299

CHLOE
₺769

TORY BURCH
₺1295

AYŞE
RODOSLU
₺2100

DOLCE&GABBANA

SELİN ECER ₺190

IŞIL IŞIL

Elmas, pırlanta ya da safir... Işıltısıyla her özel kutlamayı daha da özel kılan takılar en göz kamaştıran hediye seçeneği değil mi?

ERKEĞE YENİ YIL HEDİYESİ KİĞILI'DAN ALINIR!

Trikodan gömleğe, kabandan aksesuarlara birbirinden şık yeni yıl hediyeleri Kiğılı'da.

kigiligiyim | kigili.com

KİĞILI 1938

Ruhu GENÇ

Neşeli, iyimser ve dost canlısı Disney kahramanı Mickey, 90 yaşına basarken tüm markalar ona özel koleksiyonlar hazırlayarak saygısını gösterdi.

SAMSONITE ÇANTA, ₺510.30

LEVI'S PANTOLON, ₺479.90

RAG BONE X DISNEY MICKEY KOLEKSİYONU (BEYMEN) CEKET, ₺2000

GAP BERE, ₺159.95

PANDORA YÜZÜK, ₺259

VANS SNEAKER, ₺499

SWAROVSKI KÜPE, ₺259

PENTİ INSPIRED BY MICKEY GAMZE SARAÇOĞLU ATLET, ₺49.95

BERSHKA SWEATSHIRT, ₺159.95

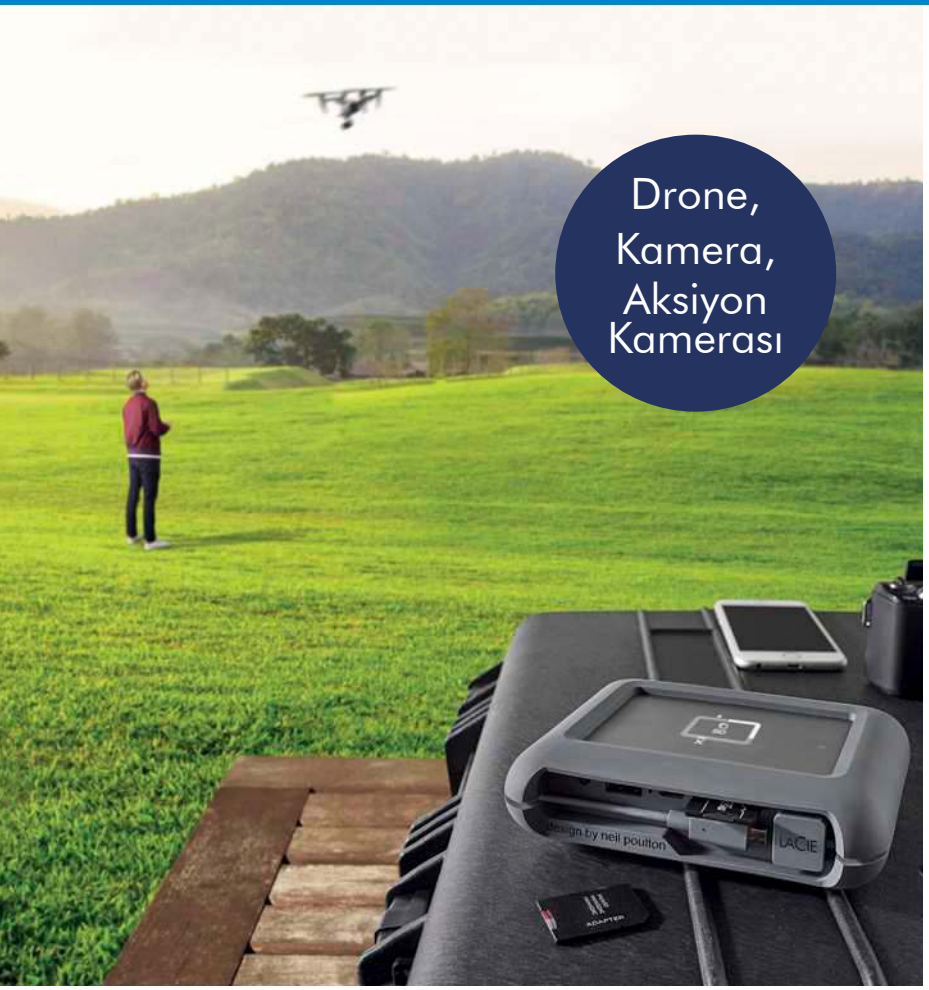
KOTON KAZAK, ₺79.99

LACOSTE TİŞÖRT, ₺799

Neil Poulton imzalı tasarım

DJI Copilot

Notebook olmadan yedekleyin…



Notebook olmadan
Sd ve Micro Sd kartınızın
içindekileri yedekleyin,

- Dahili bataryasi ile 3 saat kullanım.
- Suya,toza ve düşmeye karşı dayanıklı.
- USB' den bağlı cihazları şarj edebilme.

Rescue
ÜCRETSİZ DATA
KURTARMA SERVİSİ

Daha fazla bilgi için lacie.com

MacOS™, WinOS™,
iOS™ ve Androit™
ile uyumlu

IP54 CERTIFIKA

© 2018 Seagate Technology LLC. Tüm hakları saklıdır. Seagate, Seagate Technology, Spiral logosu, LaCie ve LaCie logosu; Birleşik Devletler ve/veya başka ülkelerde Seagate Technology LLC şirketinin tescilli ticari markalarıdır. Tüm diğer ticari markalar veya tescilli ticari markalar kendi sahiplerinin mülkiyetindedir. İlgili tüm telif hakkı yasalarına uymak kullanıcının sorumluluğundadır. Seagate, ürün tekliflerini ve özelliklerini, önceden haber vermeksizin herhangi bir zamanda değiştirme hakkını saklı tutar.

ALDO SNEAKER,
₺299

SO CHIC YÜZÜK,
₺829

EXQUISE BLUZ,
₺539

TUVANAM X
TRENDYOL X
MAGNUM ETEK, ₺349

Işıltı ZAMANI

Bugün değil de ne zaman? Parıltılı her şey yılın bu zamanına özel. İster kendinize ister ışıltıyı en çok sevene!

CHRISTIAN LOUBOUTIN
ÇANTA $ 4490

BERLIN JU STUDIO
CEKET, ₺3000

AQUAZZURA (BEYMEN)
STILETTO, ₺2974

MANGO KÜPE,
₺89.99

WET N WILD
SHIMMER LIQUID
FAR, ₺29.90

SPAZZOLA DESIGN CEKET, ₺450

VICTORIA'S SECRET HEDİYE SETİ, ₺179

ULTIMATE EARS™

YENİ YILDA MÜZİĞİ HAYATINIZA TAŞIYIN

Ultimate Ears Boom 3

360° ses

15 saat pil ömrü

Magic Button

5FT | 1,5 m

IP67 su geçirmez

FJALLRAVEN
ŞAPKA, ₺789

OXXO
PALTO,
₺299.95

ZARA ETOL,
₺119.95

OYSHO BOT, ₺349.95

Sıcak EFEKT

Aramızda kışla arası iyi olmayan arkadaşlar da var. Onlar için sıcacık, yumuşacık alternatiflere yönelin ve sevdiklerinizin hem içini ısıtın hem dışını.

YVES SALOMON KULAKLIK, ₺303

TIMBERLAND
SWEATSHIRT, ₺699

MONCLER
ETEK, $ 420

PENTİ
ELDİVEN,
₺49.95

DI PROJECT CEKET,
₺1500

COLOMBIA
BOT, ₺1249.90

EN LEZZETLİ YILBAŞI SOFRALARI İÇİN HERŞEY METRO'DA

METRO

BİZİM İŞİMİZ SİZİN BAŞARINIZ

Star IŞIĞI

Yeni yılda kalbinizin en parlak yıldızına beş yıldızlı seçimler yapın.

BUTIGO AYAKKABI, ₺79.99

DERİN MERMERCİ X NETWORK CEKET, ₺1599

STELLA MCCARTNEY (BEYMEN) CLUTCH, ₺6400

SO CHIC KÜPE, ₺689

H&M ÇAM SÜSÜ, ₺39.99

ZARA HOME DEKORATİF OBJE, ₺49.95

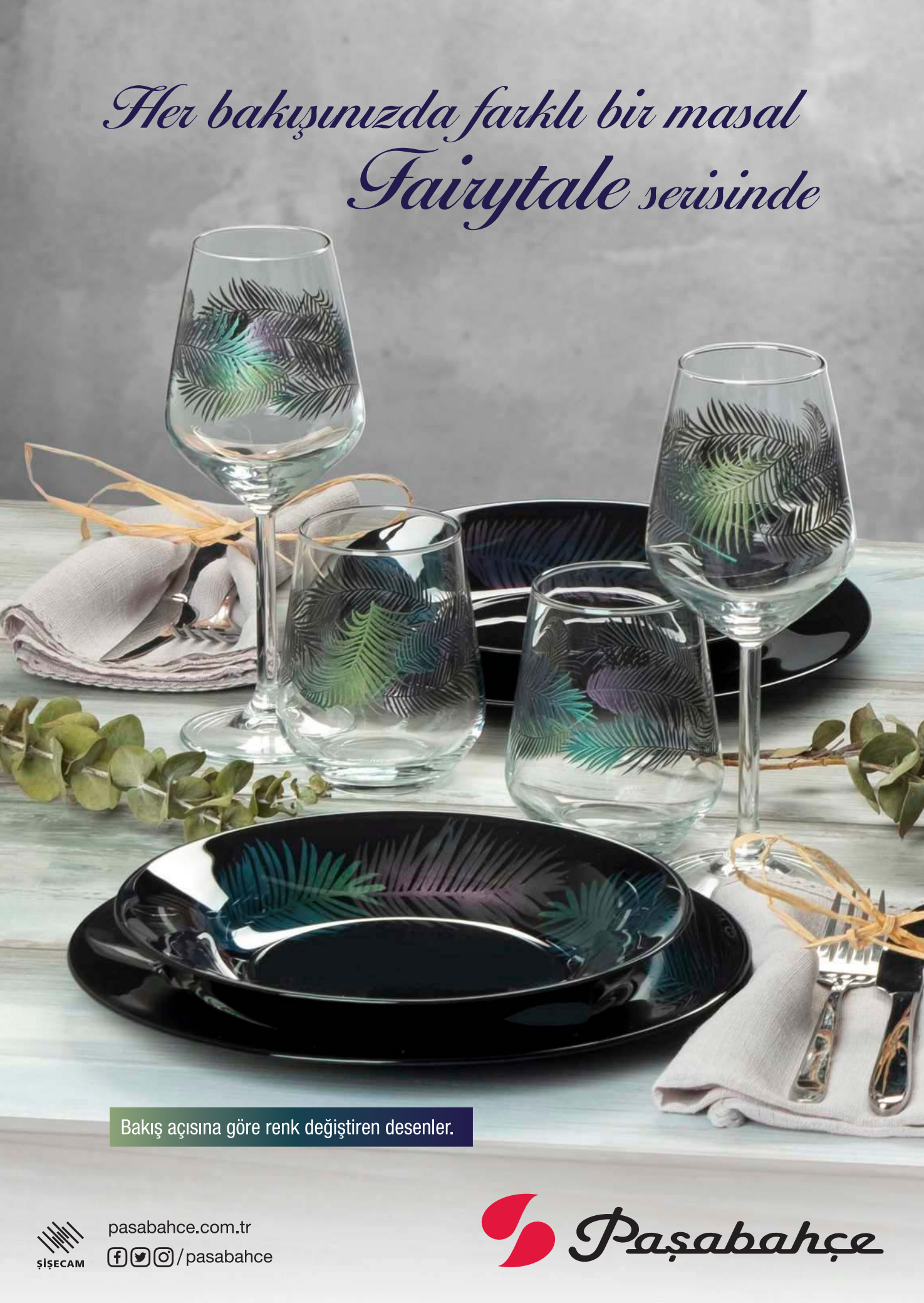
MERGEN KÜPE, ₺350

KNITTS KAZAK, ₺1200

GOLDEN GOOSE AYAKKABI, ₺2845

INTIMISSIMI BRALET, ₺349.90

SEA CLUB ŞAMDAN (BEYMEN), ₺180


Her bakışınızda farklı bir masal
Fairytale serisinde
Bakış açısına göre renk değiştiren desenler.
ŞİŞECAM
pasabahce.com.tr
/pasabahce
Paşabahçe

Mutluluk DEMETİ

Bir kadına verilecek en güzel çiçek nedir diye düşünmeye gerek yok. Çiçeğin her türlüsü kadınlar için makbul.

H&M TAÇ, ₺34.99

POISON BY KIRAMER CHOCKER, ₺1325

GUCCI SNEAKER, ₺4665

BEYMEN CLUB ELDİVEN, ₺559

DOLCE&GABBANA KÜPE, € 690

TISSOT SAAT, ₺4520

BERSHKA TELEFON KILIFI, ₺39.95

MERGEN KÜPE, ₺200

BLOOM JEWELRY KÜPE, ₺430

FABOOKS (D&R) 2019 AJANDA, ₺34

FAİK SÖNMEZ PALTO, ₺299.95

SANAYİ 313 ÇANTA, $ 1415

PORLAND
Yeni yılda isteklerinizin
gerçek olması dileğiyle
Mutlu Yıllar...
Christina
Collection
porland
porlandkurumsal
www.porland.com

BİR SİHRİ YAŞAMAK

7'den 70'e herkesin içinde yeni umutların filizlendiği, mağazaların camekanlarından sokak süslemelerine kadar bu rengarenk festival heyecanına kayıtsız kalamadığımız bir ay aralık. Neşeli ve cıvıl cıvıl günlere gebe. Neden mi? Çünkü sihirli kelimemiz umut.

UMUT, AŞK, ROMANTİZM

Yanınızda sevdikleriniz, üzerinizde sıcacık bir battaniye, dumanı tüten bir kahve ya da sıcak çikolata ve zencefilli kurabiyeler… Bu ambiyansa en iyi ne gider biliyor musunuz? Yeni yıla sıcacık bir başlangıç yapmanızı sağlayacak yılbaşı temalı filmler tabii ki.

1. Şahane Hayat (It's a Wonderful Life)
2. Tatil (Holiday)
3. Aşk Her Yerde (Love Actually)
4. Aile Babası (The Family Man)
5. Joeux Noel
6. Yeni Yıl Şarkısı (A Christmas Carol)
7. Küçük Kadınlar (Little Women)
8. White Christmas
9. Kutup Ekspresi (The Polar Express)
10. Grinç (How the Grinch Stole Christmas)

Yılın en neşeli, en süslü, en pırıltılı günlerini yaşıyoruz. Gerçekleşecek olmasından umudumuzu asla yitirmediğimiz dileklerle yeni karşılayacak olmanın dayanılmaz heyecanı içindeyiz. Çünkü çok iyi biliyoruz ki hangi yaşta olursak olalım her şeyin daha iyi olacağına inanmaya ihtiyacımız var hem de her anlamda. Hayal kırıklıklarını, hüzünleri, iç hesaplaşmaları, ekonomik sıkıntıları bir yana bırakıp kendimizi kısa bir süre olsa da bu tatlı akışa bırakmak, yeniden çocuklar gibi şen hissetmek sizin de kulağınıza iyi gelmiyor mu? Öyleyse bu ayın ruhuna uygun, yüzümüzde sıcacık bir gülümseme yaratacak listelerle işe başlayalım. İzledikten sonra hayatın güzel yanlarını daha iyi fark etmenize yardımcı olacak, içinizdeki umut filizlerini yeşertecek bir film tüm günün yorgunluğunu ve ağırlığını alabilir üzerinizden. Güzel, sakin bir caz şarkısı, yağmurdan kaçarken trafikle boğuştuğunuz yorucu bir aralık akşamının en güzel anını oluşturuverir belki. Belki bu ay, uzun zamandır okumayı ertelediğiniz bir kitaba başlamak için en uygun zamandır. Hadi öyleyse, zamanın ruhunu yakalamak için ne bekliyorsunuz?

İÇİMİZ KIPIR KIPIR

Dışarıda sokak lambalarının ışığında sakin sakin süzülen kar taneleri yoksa da neşemize neşe katan yılbaşı temalı müziklerimiz var. Yılbaşı ruhunu hissetmek için müzikten daha iyi ne olabilir ki?

1. Let It Snow (Frank Sinatra)
2. White Christmas (Bing Crobsy)
3. Have Yourself a Merry Little Christmas (Coldplay)
4. Wonderful Christmastime (Paul McCartney)
5. Last Christmas (Wham!)
6. It's the Most Wonderful Time of the Year (Andy Williams)
7. O Holy Night (Celine Dion)
8. A New York Christmas (Rob Thomas)
9. Step into Christmas (Elton John)
10. It's the Most Wonderful Time of the Year (Andy Williams)

GÜZEL BAŞLANGIÇLAR İÇİN

'En güzel hediye kitaptır', cümlesi çok sık duyduğumuz bir klişe mi? Elbette hayır. Hayata bakış açınızı değiştirecek, düşündürecek, sorgulatacak, yepyeni ufuklar açacak bir kitap kesinlikle çok değerli bir armağan. Kendinize alın, hediye edin, okuyun, paylaşın!

1. Bir Noel Şarkısı (Charles Dickens)
2. Kedi Hikayeleri (Julia Bachstein)
3. En Güzel Köpek Hikayeleri (Derleme)
4. Bu Yıl Farklı Olacak (Maeve Binchy)
5. Mucizeler Yağarken (Kristin Hannah)
6. İmkansızın Şarkısı (Haruki Murakami)
7. Bir Kış Masalı (Mark Helprin)
8. Yüzüklerin Efendisi (J.R. R. Tolkien)
9. İnsan Neyle Yaşar (Lev Tolstoy)
10. Yüzyıllık Yalnızlık (Gabriel Garcia Marquez)

HAZIR MIYIZ?

Yeni yıla en güzel başlangıcı yapmak için yeni ürünlerin gücünden faydalanın. İster kendinize ister sevdiklerinize... Yılın en neşeli zamanına hazırız.

SEPHORA

SEPHORA

RENK KARNAVALI

Sephora'nın Once Upon a Night adlı makyaj paleti tam 130 renkten oluşuyor. Yeni yıl koleksiyonundaki baykuşun sembolünü taşıyan palette; dudaklar, gözler, yüz ve kirpikler için her türlü uygulama var.

MAKYAJ PALETİ, ₺199

VINOTHERAPIE VÜCUT BAKIM SETİ, ₺139

CAUDALIE

YUMUŞAK BİR CİLT İÇİN

Caudalie'nin yılbaşı için hazırladığı Vinotherapie vücut bakım seti, Yoğun Nemlendirici Etkili Vücut Kremi ile El ve Tırnak Kremi'nden oluşuyor. Üzüm ve shea yağları açısından zengin olan vücut kremi, kuru ciltlerdeki gerginlik hissini anında yatıştırıyor. El ve Tırnak Bakım Kremi ise cildinizi yumuşacık yapıyor.

CITY DETOX LIQUID DAY CARE GÜNDÜZ KREMİ, ₺219

YVES ROCHER

YENİ GENÇLİK AŞISI

Yves Rocher'nin Detoks Etkili Likit Gündüz Bakım Kremi, içeriğindeki afloya ve moringa çekirdeği özü sayesinde cildi arındırıyor, nemlendiriyor ve kırışıklık görünümünü azaltıyor. Silikon, renklendirici, paraben ve mineral yağ içermiyor, jel yapısından dolayı cilt tarafından anında emiliyor.

NUXE

MUHTEŞEM ÜÇLÜ

Nuxe, yeni yılı ikonik Prodigieux serisinin başrolde olduğu kofrelerle karşılıyor. Çok amaçlı kuru yağ Huile Prodigieuse ve onun efsanevi kokusunu taşıyan bakım ürünleri ile cildinize nazik bir bakım deneyimi armağan edeceksiniz. Huile Prodigieuse'ün kokusuna hayran olanların vazgeçilmez parfümü Prodigieux le Parfüm, Huile Prodigieuse ve Prodigieux Duş Yağı nefis bir üçlü oluşturuyor. NUXE YILBAŞI SETİ, ₺210

KENZO

AŞIRI DOZ KIRMIZI

Flower by Kenzo ailesinin yeni limited edition üyesi Flower by Kenzo Red Edition; güçlü, enerjik ve kesinlikle eğlenceli bir parfüm. Frangipani çiçeği, tuz mineral akoru, misk ve kırmızı portakal kırmızısının ışıltısını hissetmek isteyenleri yanına çağırıyor.

FLOWER BY KENZO RED EDITION 50 ML PARFÜM, ₺399

CHERRY KEŞİF ÇANTASI, ₺99

THE BODY SHOP

DOĞADAN GELEN GÜZELLİK

Doğanın tazeleyen, güzelleştiren, güçlendiren, ferahlatan ve canlandıran etkisini hissetmeye ne dersiniz? Camomile serisinin çok satan arındırıcı ürünleri bu güzel yılbaşı paketinde bir araya gelmiş.

CAMOMILE CİLT BAKIM SETİ, ₺179.90

OGX

PARLAK VE DOLGUN SAÇLAR

Saçlarınızın daha dolgun ve sağlıklı görünmesini istemez misiniz? OGX Biotin&Collagen B7 vitamini, kolajen ve hidrolize buğday proteini ile dolgun saçlara kavuşmaya yardımcı oluyor. B7 vitamini hücrelerin gelişmesine ve yenilenmesine yardımcı olarak saçın incelmesini ve kopmasını önlüyor. Kolajen ise saçın yapısını bozan serbest radikallere karşı savaşıyor.

BIOTIN&COLLAGEN SAÇ KREMİ, ₺59.90

L'OCCITANE

RENGARENK BİR KUTLAMA

Pop-art dünyasının yıldızı Castelbajac Paris ve L'Occitane, yılbaşı koleksiyonu için buluştu. Castelbajac Paris tarafından yorumlanan yılbaşı koleksiyonu "Benim Gezegenim, Benim Hayalim, Benim Vaatlerim, Benim Provence'ım" sözleri ile L'Occitane'ın değerlerini kelimelere döküyor.

NARS

GÖZLER ONUN ÜZERİNDE

Nars Liquid Lip Collection, Full Vinyl Lip Lacquer, Powermatte Lip Pigment ve Velvet Lip Glide olarak üç konseptten oluşuyor. Her biri zengin renk pigmentlerine sahip ve kesinlikle kapatıcı.

RUJ, ₺175

MURAD

SİVİLCELER KABUS OLMASIN

Sivilceler tam da özel bir kutlamaya katılacağımız zaman çıkarak sinsi oyununu bize mutlaka oynar. Murad Rapid Relief Spot Treatment Lokal Sivilce Kurutucu Jel, sivilceleri dört saatte kurutuyor ve kızarıklığı yatıştırmaya yardımcı oluyor. İçeriğindeki salisilik asit ile gözenekleri arındırıyor ve cildi pürüzsüzleştiriyor.

RAPID RELIEF SPOT TREATMENT LOKAL SİVİLCE KURUTUCU JEL, ₺325

ÖZEL BİR KADIN

Yılbaşı gecesi özel hissetmenin formülü belli. Hazırlanmak için kendinize zaman ayırın; çünkü makyajınız tüm gece size eşlik edecek kimliğiniz.

KUSURSUZ GÜZELLİK

Yılbaşı gecesine hazırlanırken dinlenmiş olmanız çok önemli. İhtiyacınız olan uykuyu almadan yorgun yüzünüze makyaj yapmaktan özellikle sakının. Makyajınızın kalıcı olması için önce makyaj bazı sürün ve ten renginizden bir ton koyu fondötenle devam edin. Elmacık kemiklerinizin üzerine aydınlatıcı sürerek yüzünüzde ışık-gölge oyunları yaratın. Son olarak pembe tonlarında bir allıkla elmacık kemiklerinizi belirginleştirin.

1. BOBBI BROWN AYDINLATICI PUDRA, ₺210
2. DIEGO DALLA PALMA ALLIK, ₺139
3. ESTEE LAUDER THE ILLUMINATOR MAKYAJ BAZI, ₺225
4. SMASHBOX FONDÖTEN, ₺144

PARTİNİN IŞILDAYAN KIZI

Hem bu sezonun hem de yılbaşı partilerinin en çok tercih edilen trendlerinden biri metalik efektler. Işıltılı ürünlerden yararlanarak gecenin en parlak yıldızı olabilirsiniz.

1. GUERLAIN RUJ, ₺288
2. NARS FAR, ₺150
3. SEPHORA OJE, ₺14.90
4. MAYBELLINE LIGHTLINER, ₺33.99

ÇEKİM GÜCÜ

Makyajınızda tek bir noktaya odaklanın, örneğin ya gözlere ya da dudaklara. Mercan kırmızısından bordoya kadar uzanan tüm renkler makyajınızda fark yaratacak ama kırmızı ruj sürmenin incelikleri var, unutmayın. Mutlaka rujunuzdan bir ton koyu dudak kalemi kullanın ve ruj sürmeden önce dudaklarınızı iyice nemlendirin. Gözlere odaklanacaksanız buğulu bir göz makyajını tercih edin ve bunun için en az iki farklı tondan yararlanın. Siyah eyeliner ve maskarayla makyajınızı tamamlayın.

1. BURBERRY DUDAK KALEMİ, ₺206
2. LANCOME EYELINER, ₺190
3. DIOR MASKARA, ₺259
4. YSL BEŞLİ FAR, ₺320
5. L'OREAL RUJ, ₺49.99

Anılarınızı ve verilerinizi kaydedin

BACKUP PLUS SLIM

UYGUN CİHAZ

Otomatik Yedekleme Uygulaması

Mac ve PC' de Tak ve Çalıştır Özelliği

Akıllı Cihaz Yedekleme

1-2 TB

1-2 TB'a kadar depolama alanı

SEAGATE

seagate.com

BAKIM SAATİ

Yılbaşı gecesinin ardından gelen yeni yılın yeni günü, yorulan vücudunuzu ve cildinizi şımartmanın tam zamanı. Cilt bakımını kendiniz için bir keyif ritüeline dönüştürün.

TEMİZLEYİN

Yorgunluk, uykusuzluk ve aşırı makyaj ciltte zehir etkisi yapıyor. Parti sonrası yatmadan önce yapmanız gereken ilk şey makyajınızı temizlemek. Göz makyajını temizledikten sonra yüz yıkama jeli ya da köpüğüyle tüm kiri arındırın. Cildinizi arındırmak için tonik sürün ve gece kremiyle rutininizi tamamlayın. Cildiniz size minnettar olacak.

1. NEUTROGENA HYDRO BOOST MICELLAR WATER, ₺29.90
2. DUCRAY MELASCREEN GECE KREMİ, ₺149.90
3. SHISEIDO TEMİZLEME SÜTÜ, ₺350
4. NIVEA GÜL SUYU İÇEREN SÜT VE TONİK, ₺24.90
5. AVENE GÖZ MAKYAJI TEMİZLEYİCİ, ₺72

NEMLENDİRİN

Alkol, tuzlu ve şekerli yiyecekler, kalori bombardımanı cipsler ve çerezler yılbaşı partilerinin standart getirileri ama her biri vücudumuzdaki suyun düşmanı. Cildin susuz kalması her şeyden önce cansız görünmesine neden oluyor. Yılbaşı partisinin ertesi günü bol bol su için ve cildinizi neme doyurun. Nemlendirme, iyi görünen bir cildin başlangıcıdır.

DARPHIN ROSE HYDRA-NOURISHING OIL KREM, ₺329

L'OCCITANE DIVINE KREM, ₺677

BIODERMA ATODERM INTENSIVE KREM, ₺139.50

OKSİDASYONA DİKKAT

Serbest radikalleri besleyen alkol, dumanlı ortamlar ve kirli hava, parti atmosferinde sıkça bulunur. Ciltteki oksidasyonun birinci nedeni serbest radikallerdir ve cilt yaşlanması başta olmak üzere birçok soruna neden olur. Ocak ayının ilk haftası beslenme rutininize antioksidan açısından zengin meyve ve sebzeleri ekleyin.

LANCOME ENERGIE DE VIE NEMLENDİRİCİ, ₺199

ESTEE LAUDER DAYWEAR MATTE NEMLENDİRİCİ KREM, ₺149

Tchibo

TCHIBO SÜRPRİZLERİYLE

Yeni Bir Yıl

Tüm sevdiklerinize sıcacık bir sürpriz yapacağınız
yeni yıl hediyeniz Tchibo'da!

www.tchibo.com.tr | Müşteri Hizmetleri Hattı 444 28 26 | Blog /TchiboTurkiye

YENİYIL ŞÖLENİ

Yılın en coşkulu gecesini sevdiklerinizle birlikte dışarıda geçirmek istiyorsanız, şık bir ambiyans, birbirinden lezzetli yemekler ve canlı müzik sunan otellerin keyifli alternatiflerine göz atmaya ne dersiniz?

MUHTEŞEM BİR DENEYİM

Swissotel The Bosphorus, yeni yılın ilk dakikalarını benzersiz bir ziyafetle karşılıyor. Otelin farklı noktalarında hazırlanan yılbaşı programlarında, her damak ve müzik zevkine hitap eden seçenekler mevcut. 120 yıllık ahşap dağ evi Chalet'nin yemyeşil bahçesinde şehrin karmaşasından uzakta, İsviçre'nin geleneksel tatlarının en güzel şekilde yorumlandığı benzersiz bir yılbaşına ne dersiniz? Kişi başı 745 lira olan Chalet menüsünde kapanışı, geleneksel Noel pastası Yule Log ve yeni yıl kurabiyeleri yapıyor. Boğazı kucaklayan muhteşem bir manzarada, en güzel parçaların seslendirileceği şık bir ambiyansta 2019'a 'Merhaba!' demek istiyorsanız Gabbro'yu tercih edebilirsiniz. Kişi başı fiyatı, 1125 lira. Cafe Swiss'in sunduğu yılbaşına özel açık büfede ise birbirinden özel lezzetleri bulmanız mümkün; kişi başı 945 lira. Cafe Swiss'in devamı olarak aynı menünün sunulacağı Lobby Lounge'da kişi başı fiyatlar 745-945 lira olarak değişiyor.

Tel: (0212) 326 11 00

tepehome.com.tr

TepeHome®
Mutluluk Evinizde Başlar

HER ZEVKE GÖRE

Divan Grubu, İstanbul'daki otelleri için hazırladığı yılbaşı programlarıyla her zevke uygun programlar sunuyor. Divan İstanbul içerisinde yer alan Divan Lokanta, konuklarını benzersiz lezzetlerden oluşan yılbaşı gala yemeğiyle karşılıyor. Güzel tatlara, DJ performansı da eşlik ediyor. Yılbaşı eğlencesinin kişi başı fiyatı 690 lira. Eğer konaklamak da isterseniz oda, kahvaltı, konaklama ve Divan Lokanta'da gerçekleşecek gala yemeğinin de dahil olduğu paketin tek kişilik fiyatı 260 euro, çift kişilik konaklama fiyatı ise 385 euro. Divan Suites Istanbul G-Plus'ta ise yeni yıl gala yemeği kişi başı 239 liradan sunuluyor. En güzel şehir otellerinden Divan Istanbul City'de yılbaşı gala yemeğinin de dahil olduğu konaklama paketinin çift kişilik fiyatı 769 lira, konaklamasız yeni yıl gala yemeğinin fiyatı ise 459 lira.

Tel: (0212) 315 55 00

İKİ FARKLI ALTERNATİF

Taksim'de yer alan Grand Hyatt Istanbul, bünyesinde yer alan 34 Restaurant ve Dining Room'daki iki farklı kutlama seçeneği ile yeni yıla keyifli ve lezzetli bir başlangıç imkanı sunuyor. 34 Restoran'da, DJ performansı ile başlayacak gecede, yılbaşı yemeği süresince Vural Kaya ve orkestrası eşlik edecek. Gecenin ilerleyen saatlerinde ise 'oryantal show' ile eğlenceli dakikalar sizi bekliyor. Kişi başı fiyatı limitsiz yerli içecek dahil 719 lira. Dining Room'da ise yılbaşı, beş aşamadan oluşan set menü ve gece yarısı büfesi ile karşılanıyor. Gas Brothers Orkestrası'nın eğlenceli ve hareketli şarkılarıyla eğlenip DJ performans ile devam edecek yeni yıl kutlaması, limitsiz yerli içecek dahil 749 lira.

Tel: (0212) 368 12 34

UNUTULMAZ BİR GECE

Renaissance Polat Istanbul Hotel, farklı eğlence alternatifleri ile unutulmaz bir yılbaşı gecesi vadediyor. Daphne Restaurant&Grill, Marmara Balık Lokantası ve Bar Noblesse'de canlı performanslar eşliğinde eğlenceli yılbaşı programları, şölene dönüştürülmüş yeni yıl büfeleri ve 2019 sürprizleri sizi bekliyor... Fiyatlar 400 liradan başlıyor. Yeni yılın ilk gününü Renaissance Polat Istanbul Hotel'de geçirmek isterseniz, özel yılbaşı konaklama paketinden yararlanabilir, 2019'un ilk sabahına zengin ve leziz yeni yıl brunch'ı ile merhaba diyebilirsiniz. Konaklamalı fiyatlar ise 125 euro'dan başlıyor.

Tel: (0212) 414 18 00

YİNE YAZ GELECEK PLAJLAR COŞACAK

Yaza hazır olmanız için
Gree Klimalar'da
içinizi serinleten fırsatlar var.
İster buyurun bayilerimize gelin,
isterseniz **tlcklima.com**'a girin.

Fırsatları kaçırmayın!

TLC
tlcklima.com

GREE
gree.com.tr

ŞEHRİN MERKEZİNDE EĞLENCE

Nişantaşı'nın kalbinde yer alan, muhteşem atmosferinin yanı sıra damaklara da hitap eden St. Regis Brasserie, nefis bir kutlama yapmak isteyenler için 335 liradan başlayan özel menü seçenekleri sunuyor. Canlı müzik performansı eşliğinde keyifli anlar sunan St. Regis Brasserie'de, saat 23.00'te başlayacak DJ müzik programı ile yeni yıl coşkusunu doyasıya yaşayabilirsiniz. 2019'un ilk anlarını Nişantaşı'nda coşkuyla karşılamak ve gece saat 2.30'a kadar dostlarla heyecan dolu anlar yaşamak için yerinizi ayırtın.

Tel: (0212) 368 08 36

YILBAŞI RUHU TAM GAZ

Yeni yılı en güzel şekilde karşılayabileceğiniz adreslerden biri de Hilton Istanbul Bomonti. Lezzet tutkunlarının favori restoranı The Globe, deneyimli şeflerinin ellerinden çıkan birbirinden lezzetli yemeklerle yılbaşı sofranızı ziyafete çevirecek. Tüm gece boyunca canlı müzik performansı ile kulakların pasını da silecek olan The Globe'un yılbaşı eğlencesi limitsiz yerli alkollü içki dahil 650 lira. 2019'u bulutların üzerinde karşılamak isteyenler için Cloud 34 eğlenceli bir yılbaşı partisi düzenliyor. Minimum 2, maksimum 6 kişilik bistro ya da loca kiralayabileceğiniz bu partide fiyatlar kişi sayısına göre 250-3500 lira arasında değişiyor.

TAZE BİR BAŞLANGIÇ

Wish More Hotel Fitness&Spa, 2019'a tazelenmiş, ruhen ve bedenen dinlenmiş olarak girmek isteyenler için özel bir yeni yıl masajı sunuyor. Lüks ve estetiğin bir araya geldiği Wish More Hotel Spa'nın, alanında uzman masaj terapistleri tarafından uygulanan New Year Wish masajıyla, yılın tüm yorgunluğunu atabilir, yeni yıla rahatlamış ve arınmış şekilde girebilirsiniz. 50 dakika süren yılbaşı masajının ücreti 225 lira.

Tel: (0212) 443 10 00

VORWERK

thermomix

YENİ YILDA THERMOMİX®'LE TANIŞIN, LEZZET DOLU SOFRALAR HAZIRLAMANIN KOLAYLIĞINI YAŞAYIN!

Vorwerk Thermomix®, kullanıcı dostu menüsü sayesinde tek dokunuşla tartar, öğütür, karıştırır, çırpar, yoğurur, parçalar, doğrar, yemeklerinizi dilerseniz buharda dilerseniz karıştırarak pişirir; sadece **30 dakikada 3 çeşit yemeği hazır hale getirir.** Üstelik en zor olanları bile...

ÜCRETSİZ TANITIM TALEP EDİN

VORWERK Satış Noktası
kanyon'da
İNTEMA
YAŞAM
Mağazasında

WWW.THERMOMIX.VORWERK.COM.TR

ONLINE ALIŞVERİŞ

thermomixtr

YILBAŞI HEYECANI BAŞLADI

Tepe Home, yeni yıl alışverişlerinin odak noktası olmaya devam ediyor. Her stile uygun ahşap detaylar, metal ışıltılar, renklerin büyüleyici dansı, şıklıkla kıyasıya bir rekabet eşsiz ve karşı koyulmaz bir atmosferi beraberinde getiriyor. Tepe Home aksesuar koleksiyonlarına yıl sonuna kadar geçerli sürpriz fırsatlarla ulaşabilirsiniz.

HER AN YANINIZDA

Lacie DJI Co-Pilot taşınabilir disk sayesinde yanınızda bilgisayar ya da birden çok SD kart taşımanıza gerek kalmadan fotoğraf ve videolarınızı ister USB kablosu ile direkt bağlayarak, ister SD Micro SD kartınızı diskinize takarak yedekleyebilirsiniz. Dahili bataryası sayesinde yaklaşık üç saat çalışabiliyor ve bağladığınız cihazları şarj edebiliyor. Ayrıca tüm android ve IOS cihazlar ile uyumlu.

KOMBİNİNİZİ TAMAMLAYACAK

Flo; deri, rugan ve süet dokulardaki stiletto, çizme, bot ve chelsea modelleriyle yılbaşı kombininizi tamamlıyor. Trok, inci, kürk ve metal toka gibi detayların öne çıktığı modeller her tarza uyum sağlıyor. Püskül ve zincir detaylı deri çantalar ise hediye alternatifi arayanlar için de ideal bir seçenek.

UĞRAK NOKTAMIZ

Etiler Marmaris şubeleri yeni yılda da uğrak noktalarınızdan biri olmayı hedefliyor. Etiler Marmaris'in Ataşehir'deki Watergarden şubesi, tasarımı ve zengin menüsü ile dikkat çekiyor. Mekan, 2017 yılında İtalya'da düzenlenen ve 80 ülkenin katıldığı A'Design Award and Competition yarışmasında bronz ödül kazandı.

YAĞLI CİLTLERE ÖZEL

Kış aylarında yağlı ciltler de özel bir bakım gerektirir. Soğuk havalarda bozulan yağ dengesini dikkatlice seçilmiş içeriklerle koruyan Cetaphil Dermacontrol Serisi Yüz Nemlendirme Losyonu, cilt bariyerini yeniden oluşturuyor. İçeriğindeki SPF 30 koruma faktörüyle akne tedavisi sırasında tahriş olmuş cilde ihtiyacı olan nemi verirken, güneşe karşı gerekli olan korumayı da sağlıyor.

SAĞLIKLI YEMEKLERİN SIRRI

Yüzlerce yemek tarifine tek tuşla ulaşmanızı sağlayan Thermomix, sağlıklı ve lezzetli yemekler pişiriyor, hızlı ve kolay kullanımı sayesinde size zaman kazandırıyor. 12 mutfak aletinin yaptığı işi yapabilen çok fonksiyonlu dijital mutfak aleti Thermomix, gıdaları besin değerlerini kaybetmeden, doğruyor, karıştırıyor, yoğuruyor ve pişiriyor.

ADIMLARINIZ KONUŞSUN

Elle Shoes, detayların ön planda olduğu ışıltılı koleksiyonu ile yeni yılda adeta yıldız etkisi yaratıyor. Yeni yıla şehirden uzakta, doğayla baş başa gireceksiniz, sıcacık kürklü botlar her an yanınızda olmak için hazır. Pırıltı detaylı stiletto'lar ise şık bir yemekte göz kamaştıracak.

YÜZLERCE SEÇENEK VAR

Kiğılı, birbirinden özel parçalarla erkekler için en ideal yılbaşı hediyelerini bir arada sunuyor. Yıkanabilir takım elbise seçeneklerinden kol düğmelerine, parfümden hediye setlerine fark yaratan hediye alternatifleri yeni yıl alışverişini kolaylaştırıyor.

DALGIÇLAR İÇİN İDEAL

Oris'in şık ve yüksek performanslı dalış saati Aquis'in yeni jenerasyonu karşınızda. Oris Aquis Date, günlük hayatta şık bir aksesuar olmasının yanı sıra aynı zamanda dalış yapanlara hem suyun derinliklerinde hem de karada güven vermesi için tasarlandı.

SOFRANIZDAKİ İHTİŞAM

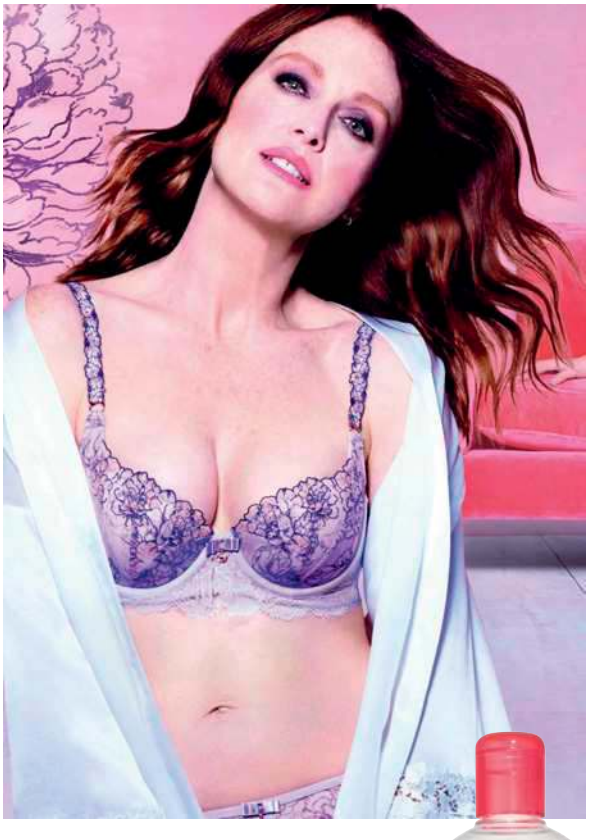
Paşabahçe, yepyeni koleksiyonu Fairytale ile sofralara ışıltı saçıyor. Şişecam Araştırma ve Teknoloji Merkezi tarafından geliştirilen özel pigmentli boya sayesinde cam yüzeyinde renk geçişleri ve hareket yaratan koleksiyon, sofralara yeni bir parıltı getiriyor.

HAYATINIZA YENİLİK KATIN

Tchibo, 5 Aralık tarihinden itibaren takipçilerini yeni yıl hediye seçenekleri ile buluşturuyor. Yılbaşı coşkusunu evlere taşıyan koleksiyonlarda yılbaşı ışıltısını yansıtan LED ürünler, soğuk günlerde içinizi ısıtacak dekoratif parçalar, pelüş ve organik pamuk pijama takımları, mutfak yardımcıları, güzellik ve sağlık ürünleri var.

YENİ ÇEKİM MERKEZİ

Pasifik Fitness 5. Levent projesinde gym&cardio, free weight, cross fit, aerobik studio alanları, kapalı havuz, güneşlenme terası, buhar, sauna otopark ve kişiye özel programlarla hizmet veriyor. Ayrıca yüzme, pilates ve fitness branşlarında özel derslerden faydalanabilirsiniz.



İÇ GÜZELLİĞİ

Triumph Florale iç giyim koleksiyonu, hem rutin hem de özel günleriniz için konfor ve şıklığı bir araya getiriyor. Bel kıvrımlarınızı ortaya çıkaran tasarımları ve baştan çıkarıcı desenleriyle Triumph Florale koleksiyonuna Mendo's mağazalarından ulaşabilirsiniz.

IŞIĞINI YANSIT

Ariş Pırlanta, yeni yılda parıldamak, ışığıyla kendini göstermek isteyenler için birbirinden şık tasarımlar sunuyor. Usta ellerde sanatla işlenen, kusursuz bir işçilikle hazırlanan ve pırlantanın sonsuz ışığını yansıtan yüzükler, kolyeler ve küpeler göz kamaştırıyor.

KUSURSUZ SES KALİTESİ

Kablosuz sporcu kulaklığı markası Jaybird'ün koşucuları tamamen özgürleştirecek yeni inovasyonu Jaybird Run, raflardaki yerini aldı. Dünyanın önde gelen koşucu ve sporcularının geribildirimleriyle tasarlanan Jaybird Run, koşucuların ihtiyaçlarına özel geliştirilmiş, tere dayanıklı, su geçirmez ve kulak yapısına özel kişiselleştirilebilir tasarımıyla birlikte kusursuz bir ses kalitesi sunuyor.

EN İYİ DOST

D&R, yeni yıl hediyesi arayanlara harika alternatifler sunuyor. Farklı dünyalara yolculuk yapmanızı sağlayan kitaplar, dekoratif ürünler ve sevdiklerinizin retro tutkusunu tatmin edecek pikap ve plaklar binlerce seçenek arasında sizi bekliyor.

TEMİZ VE RAHAT BİR CİLT

Yeni yıla girerken sevdikleriniz için Bioderma'dan alacağınız bir hediye ile onları şımartmaya ve mutlu etmeye ne dersiniz? Sensibio H2O Misel Su eşsiz temizleme ve makyaj çıkarma gücü ile suya dayanıklı makyaj dahil tüm makyajı, kiri ve yağı cilde zarar vermeden temizliyor ve cildi derinlemesine arındırıyor.

İYİLİK İÇİN BULUŞTULAR

Capitol'ün 25'inci yıl kutlamaları, birbirinden farklı renk ve güzellikteki etkinliklerle aralık ayı boyunca Capitol Renkler Sahnesi'nde devam edecek. Capitol Renkler Sahnesi'nde 22 Aralık'ta Twitburç Zeynep Turan'ı ağırlarken, yeni yıl kutlaması Nükhet Duru ve Ayşe Arman ile 27 Aralık'ta renkler sahnesinde olacak

2019

Etiler Marmaris®

Ataşehir Water Garden AVM'de bulunan, İtalya'da A Design Award and Competition yarışmasında bronz ödül kazanan Etiler Marmaris concept şubesi, şık tasarımı ve zengin menüsü ile 24 saat paket servisi ve oturumlu hizmet veriyor.

2019'da da rahatlığı, samimiyeti ve şıklığı ile içinizi ısıtacak mekanımıza siz değerli misafirlerimizi bekliyoruz

Barbaros Mah. Kızıl Begonya Sok. Ziylan Watergarden İstanbul B Blok 1.Giriş No: 10 / 1-73 Ataşehir/İSTANBUL
Tel : 0216 504 71 71

SEVDİĞİM NE VARSA
EMAAR AVM'DE

ALIŞVERİŞ • YEMEK • EĞLENCE • AKVARYUM

ÇAMLICA

BOSS HUGO BOSS · Cartier · Galeries Lafayette · HARRY WINSTON · HERMÈS PARIS

HUQQA · PATEK PHILIPPE GENEVE · TOURBILLON BOUTIQUE · VAKKO · VAKKO BISTROT

EMAAR SQUARE MALL